



L'intervista
Calzolari (Granarolo)
La spedizione dei Mille
soci produttori

5



Innovatori
Edoardo Rossetti
e il suo dispenser
di vernici on demand

9



Food Valley
Natale da boom
per Dop, Igp
e panettone a km zero

12-13

CORRIERE IMPRESE

EMILIA-ROMAGNA

UOMINI, AZIENDE, TERRITORI



L'analisi

Una cultura
d'impresa
anche al liceo

di **Piero Formica**

Le tecnologie digitali sono un'accattivante opportunità per quanti vogliono suscitare nuovi spiriti imprenditoriali, complementari ai già affermati protagonisti dell'economia locale. Da questa prospettiva, la città metropolitana di Bologna è all'avanguardia. Imprenditori di successo in veste di mecenati, formatori che padroneggiano nei dettagli le mappe della conoscenza delle imprese esistenti e consulenti esperti nel business plan sono, in concerto, molto attivi nello stimolare la nascita di imprese che arricchiscano con nuovi fili la trama già spessa dell'industria operante nel territorio. Sostenuta dagli attori pubblici della città metropolitana e dal governo regionale, tale opera meritoria ha a suo fondamento il processo d'insegnamento del fare impresa che, al pari della scienza, è inteso come un meccanismo ben ordinato e basato su regole per raccogliere dati e impadronirsi di fatti. È così che si allevano imprese per aggiungere nuove funzioni alle catene di valore imprenditoriale già ben oleate. Ora un'altra buona notizia si sta affacciando all'orizzonte della comunità bolognese. In collaborazione con l'Innovation Value Institute, con il supporto dell'ala internazionale del Rotary, i licei scientifici Fermi e Righi si accingono a testare un metodo di creazione d'impresa in cui il processo d'apprendimento prende il sopravvento sul processo d'insegnamento al fine di coltivare questioni astruse che svelano sentieri inediti da percorrere.

continua a pagina 15

Primo piano



Utilità
L'ingresso della
Fondazione Carisbo
a Bologna

Atto di ri-Fondazione

Con l'accordo Mise-Acri, 19 istituti dell'Emilia-Romagna dovranno rifare i conti per spezzare definitivamente il rapporto ombelicale con le banche conferitarie La lezione del caso Carife. Guzzetti lancia l'idea di un fondo che raccolga la liquidità generata dalla vendita. Il presidente Santi racconta l'esperienza virtuosa di Imola



L'intervento

Dalla laurea a Ferrero parte il «Food Project» dell'Università di Parma

di **Loris Borghi**

Lo scorso 24 ottobre l'Università di Parma ha conferito la laurea magistrale honoris causa in Scienze e Tecnologie alimentari a Giovanni Ferrero, amministratore delegato del Gruppo Ferrero. È stato un momento significativo per l'Ateneo: una cerimonia importante, impreziosita da un lato dalla presenza del Ministro Stefania Giannini e dall'altro dall'incantevole cornice dell'Abbazia di Valserena, nella quale ha trovato nuova testimonianza il

fecondo rapporto tra l'Università e il mondo dell'impresa, interlocutore privilegiato nella rete di relazioni che la nuova governance dell'Ateneo ha voluto costruire fin dal suo insediamento. Tutto ciò nella piena consapevolezza della necessità di un'osmosi vera fra Università e territorio, fra Università e mondo esterno, in un'ottica di apertura e non di arroccamento su di sé. Lo dimostrano le tante collaborazioni avviate con le imprese e con le loro organizzazioni di categoria, articolate in un ventaglio di iniziative che spaziano dall'orientamento al lavoro al job placement, dalle convenzioni per attività di ricerca alla co-organizzazione di convegni e altri appuntamenti di approfondimento scientifico.

continua a pagina 15

Vacanze

Corriere Imprese interrompe le pubblicazioni per la pausa natalizia. Tornerà di nuovo in edicola l'11 gennaio. A tutti i nostri lettori gli auguri più sinceri per un buon Natale e un felice anno nuovo



PRIMO PIANO

Sono 19 in regione, tutte dovranno uscire dagli istituti conferitari entro aprile. Come impiegheranno la liquidità?

Fondazioni d'Emilia Scacchiere in movimento

Cos'è

Una **fondazione bancaria** è una persona giuridica non profit, privata e autonoma, che persegue esclusivamente scopi di utilità sociale e di promozione dello sviluppo economico. Le fondazioni sono state introdotte per la prima volta nell'ordinamento italiano, con la legge n. 218 del 1990, la cosiddetta «legge-delega Amato-Carli»

di **Maurizio Andreoli**

Non è solo un tentativo di sfuggire alle grinfie della politica, sempre in agguato. Non è soltanto uno sforzo teso al mantenimento dello status di privati. È, o vuole essere, un percorso virtuoso per le Fondazioni bancarie. Undici pagine, 13 articoli in tutto compongono il Protocollo d'intesa siglato dal ministero dell'Economia e delle Finanze, e dall'Acri (Associazione di fondazioni e casse di risparmio). Entra in vigore ad aprile 2016, ma gli statuti delle Fondazioni sono già stati aggiornati. E' una svolta per le 88 Fondazioni italiane, di cui ben 19 hanno sede in Emilia Romagna.

Per coglierne la portata, è bene partire dalle nebbie ferraresi, da quella vicenda che evidenzia come in certi casi il rapporto Fondazioni-Banche non sia stato, per usare un eufemismo, dei più limpidi e fecondi. I numeri sono noti: Carife ha bruciato 384

Quote
Parma, Modena e le due bolognesi cederanno quelle di Unicredit e Intesa

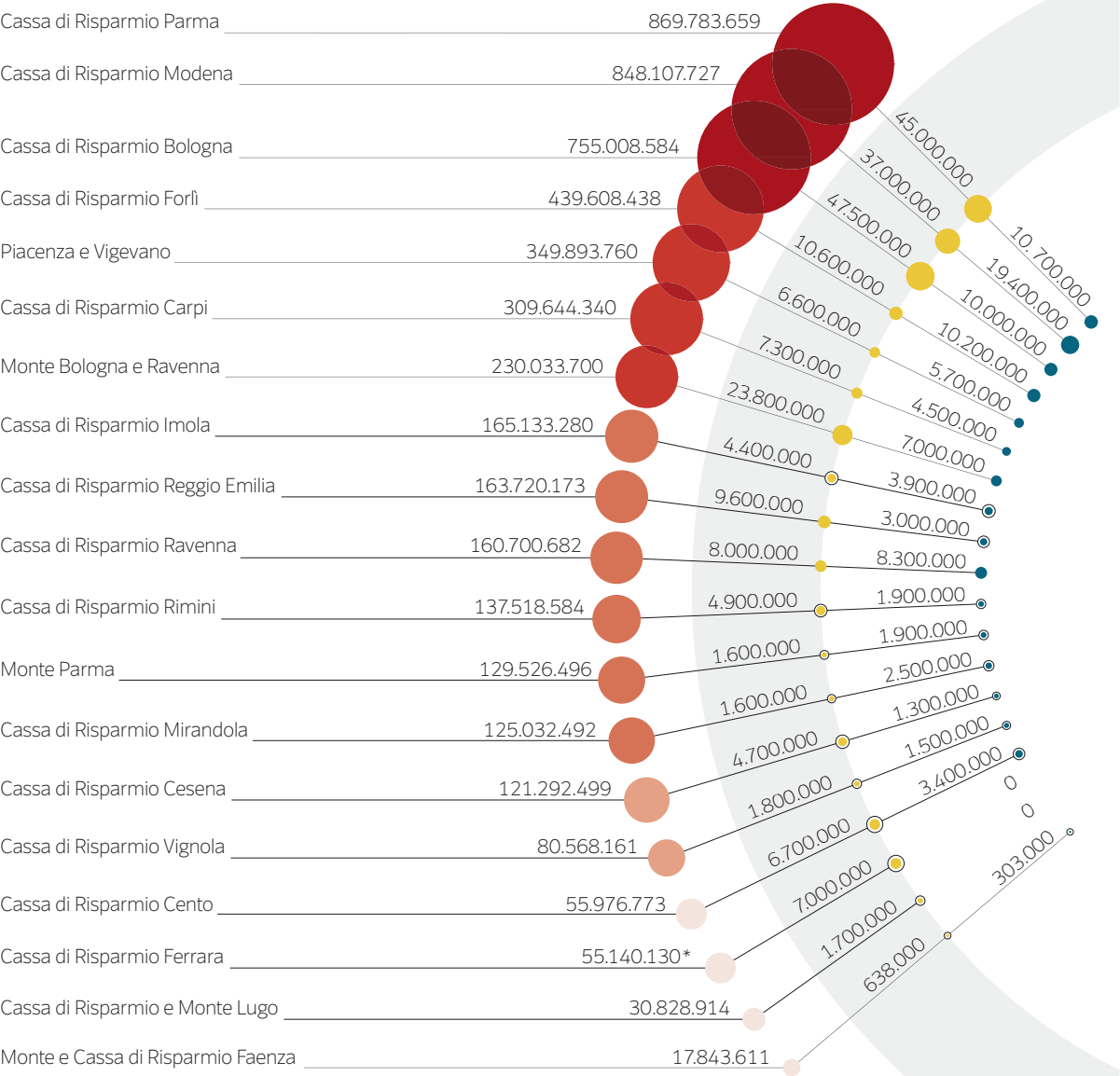
milioni di patrimonio. Sono andati in fumo i risparmi di 28.000 piccoli soci. Sono carta straccia le obbligazioni subordinate per un valore di 70 milioni. E la Fondazione? Stessa sorte. Del resto con il 55% delle azioni controllava la banca. Evidentemente però non ha potuto evitare le operazioni dissennate che hanno portato la Cassa di Risparmio di Ferrara al default, conclusosi con l'operazione salvataggio e con lo scorporo dei «crediti inesigibili», che finiscono nella Bad Bank nazionale, mentre la Nuova Carife, ripulita, sarà molto presto oggetto di attenzioni sul mercato.

Dunque cosa c'entra il protocollo? C'entra eccome, perché la novità principale introdotta è che le Fondazioni non devono «controllare banche anche attraverso accordi, in qualsiasi forma conclusi, che consentano l'esercizio di un'influenza dominante». Non solo «in ogni caso, il patrimonio non può essere impiegato, direttamente o indirettamente, in esposizioni verso un singolo soggetto per un ammontare complessivamente superiore a un terzo del totale dell'attivo dello stato patrimoniale della Fondazione» valutato al fa-

Così in Emilia-Romagna

Dati patrimonio 2014

Fondazioni grandi Medie Medio-grandi Medio-Piccole Piccole



*Prima del decreto salvabanche

Fonte: XX Rapporto sulle Fondazioni di origine bancaria (Acri)

ir value.

Va da sé che anche gran parte delle Fondazioni della regione dovrà smobilizzare. Per le più grandi (Parma, Modena, le due bolognesi) si tratta di mettere sul mercato le rispettive quote azionarie di Unicredit o di Intesa-San Paolo. Pacchetti cospicui: bisogna rientrare al di sotto del 33% del patrimonio. Ma la questione è più problematica per le Fondazioni che tuttora controllano, o comunque sono fortemente impegnate nelle banche conferitarie, e sono in possesso di azioni non quotate. Si pensi a Cento, Rimini, o al patto parasociale che lega Cesena, Faenza e Lugo. Non hanno invece problemi di asset prevalenti Fondazioni come Forlì, Imola, Monte Parma, Mirandola, Vignola. Caso a

parte Ravenna che controlla la banca, ma la quota azionaria non supera il 33% del patrimonio complessivo della fondazione.

Alla fine i conti dovrebbero tornare. Che uscire dalle banche conferitarie o da asset preposti deranti possa avere effetti positivi lo testimoniano, con poche eccezioni, i dati sulle erogazioni e il confronto che pubblichiamo tra il 2008 e il 2014: complessivamente furono distribuiti 230

Confronto
Nel 2008 furono erogati 230 milioni al territorio
Nel 2014 appena 95

milioni al territorio contro appena 95. Un vero e proprio crollo con inevitabili conseguenze e ripercussioni che ogni Fondazione ha di gestire nei limiti del possibile. Anche tenendo conto della crisi, è impressionante soprattutto il calo dei fondi erogati dalla maggior parte degli enti più soggetti alle «fortune o sfortune» delle Casse o delle banche di riferimento.

Il punto più delicato adesso è come vendere senza vedersi svalutare il proprio patrimonio. In sede di accordo ci si è posti il problema e sono state concesse tempistiche differenti. Chi è in possesso di titoli quotati sul mercato azionario ha a disposizione tre anni. Dunque per le quotate il tema è soprattutto quello di vendere al momento

più opportuno per ottenere un buon risultato. Diversa la questione per le non quotate, che potranno avere difficoltà oggettive di collocamento. Per queste Fondazioni il limite temporale è stato allungato a cinque anni.

Tutte le Fondazioni si sono già messe al lavoro. Sul tema insomma si sta ragionando, anche per individuare strumenti utili ad accompagnare il percorso, uno dei quali lo anticipa il presidente di Acri Giuseppe Guzzetti nell'intervista che ci ha concesso.

Una volta completato lo smobilizzo, si aprirà un altro grande tema. Si tratterà infatti di impiegare nel miglior modo possibile la liquidità che si sarà generata, tenendo conto che una gestione efficiente del patrimonio dovrà essere coerente anche con le finalità istituzionali: perseguire l'utilità sociale e la promozione dello sviluppo dell'attività economica. Le Fondazioni faranno necessariamente ricorso a con-



Protocollo
Il nuovo vincolo: non devono controllare banche che consentano influenza dominante

sulenti e gestori, alla ricerca del miglior bilanciamento possibile degli investimenti, sia in termini di durata, sia di liquidabilità, affidabilità, rendimento. Il protocollo dà indicazioni generali invitando soprattutto alla miglior combinazione tra redditività e rischio del portafoglio nel suo complesso, a una adeguata diversificazione e a una efficiente gestione mentre fissa alcuni paletti per quanto riguarda il divieto di indebitarsi. Pone inoltre regole ben precise sull'utilizzo di derivati, concessi solo «con finalità di copertura oppure in operazioni in cui non siano presenti rischi di perdite patrimoniali».

Sono state introdotte anche nuove regole per calmierare e rendere più proporzionati ai patrimoni i corrispettivi economici dei presidenti e dei consiglieri, così come dovrà essere garantito un ricambio più veloce e puntuale dei consigli di amministrazione e di indirizzo).

Infine il protocollo invita espressamente le Fondazioni a rispettare il principio di trasparenza e a diffondere informazioni complete alla collettività sull'attività svolta.

«Le azioni **bancarie** dopo la cessione entrino in un fondo»

Guzzetti (Acri): «Allo studio una soluzione che rispetti i parametri e dia rendimento»

«A Ferrara è avvenuta una cosa indegna. La Banca d'Italia ha costretto Carife a fare un aumento di capitale da 150 milioni praticamente sotto dettatura e poi ha commissariato la Cassa. Ma allora perché non farlo prima?».

Non ha avuto peli sulla lingua Giuseppe Guzzetti nel commentare lo scandalo bancario dell'anno per l'Emilia-Romagna. Laureato in Giurisprudenza, un passato politico nella Dc, Guzzetti ha 81 anni ed è presidente della Fondazione Cariplo dal 1997, numero uno dell'Acri (Associazione di Fondazioni e di Casse di Risparmio) dal 2000.

Presidente, ci sono Fondazioni che hanno fronteggiato la crisi, riuscendo a svolgere la loro funzione per il territorio, altre hanno sofferto di più. Quali sono le



Solidarietà
Ci sono state storture, ma le Fondazioni sono il soggetto più vicino ai bisogni sociali. Siamo nati con scopi di sussidio e finiamo spesso per fare supplenza

cause?

«Chi ha seguito criteri corretti di gestione del patrimonio, in ambiti territoriali ristretti e facendo riferimento a una Cassa ben amministrata, ha potuto attraversare questi anni senza troppi scossoni».

L'imposizione di uscire dalle banche conferitarie o di vendere consistenti pacchetti azionari, sia pure nell'arco di alcuni anni, non rischia di danneggiare il patrimonio delle Fondazioni?

«No, questo non deve accadere. Si dovrà tener conto del valore di mercato. Stiamo studiando strumenti idonei per accompagnare il percorso di dismissioni».

Quali strumenti?

«La discussione è in corso».

Ci dia almeno un'anticipazione.

«Si pensa a un fondo in cui le Fondazioni conferiscono le azioni della Cassa di riferimento, un fondo che manten-

ga nel tempo queste quote e che dia al management della banca una certa tranquillità. Questo consentirebbe da un lato alle Fondazioni di rispettare il parametro di un terzo del patrimonio, dall'altro di avere un rendimento dal fondo stesso».

Un metodo «pratico» per aggirare la norma non potrebbe essere quello degli incroci azionari fra le Fondazioni?

«Attenzione: non è che facendo scambi si rispetta il protocollo. Se il tuo patrimonio per oltre un terzo rimane nel sistema bancario, sei comunque fuori».

Presidente, era necessario giungere al protocollo col ministero?

«Certamente. La storia delle Fondazioni è fatta di continui assalti della politica. Noi avevamo chiaro che occorreva assolutamente evitare di tornare in Parlamento».

La politica ha condizionato per anni l'attività delle Fondazioni. Nate nel 1990 con lo scopo esclusivo di perseguire l'utilità sociale e la promozione dello sviluppo dell'attività economica, la storia ci dice che in realtà le Fondazioni hanno fatto anche, e soprattutto, ben altro.

«Ci sono state storture, ma io dico che le Fondazioni sono il soggetto più vicino ai bisogni sociali. Siamo nati con scopi di sussidiarietà e finiamo spesso per fare supplenza. Stiamo facendo molte cose e non dimentichiamo che l'anno scorso questo Governo ci ha innalzato le tasse



da 110 a 424 milioni».

Si sente parlare di un possibile ingresso di alcune Fondazioni nella Popolari.

«L'Acri non ha una linea su questo tema».

Ma la sua opinione personale qual è?

«È che anche lì occorre valutare il rendimento. Insomma: le Fondazioni hanno i mezzi per sostenere le loro attività dagli investimenti che fanno. Vuole sapere perché noi della Cariplo abbiamo venduto tutto in un colpo solo e in un'epoca dove non c'erano tutte queste discussioni?».

Certo.

Numero uno

Giuseppe Guzzetti è presidente della Fondazione Cariplo dal 1997 e dal 2000 dell'Acri, l'associazione di Fondazioni e di Casse di Risparmio

«Quell'anno la Cassa aveva fatto poco meno di 2.000 miliardi di vecchie lire di utili e il presidente mi disse che, a causa dei salvataggi di banche in difficoltà, per noi c'erano appena 9 miliardi. A quel punto facemmo un ragionamento: perché rimanere legati alle vicende di una banca, che un anno ti dà tanto, un altro poco e un altro niente? Io le dico quello che dovrebbe essere l'obiettivo di un presidente di Fondazione in linea teorica: avere un patrimonio liquido, totalmente liquido. E poi reinvestirlo».

M. A.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Con l'addio agli sportelli ho aiutato il mio **territorio**»

La Fondazione Cassa di Risparmio Imola di Sergio Santi ha mantenuto costanti le donazioni

Quel giorno «fuggirono» col malloppo. Ritornarono da Lodi con le tasche piene di assegni circolari: tra i 130 e i 140 milioni di euro complessivi. Era il 2001 e la Fondazione Cassa di Risparmio di Imola, che pochi mesi prima aveva ceduto alla Popolare di Lodi il controllo della banca, esercitava la Put prevista dall'accordo. Col senno di poi fu un colpo da maestri, ma non va dimenticato che allora il rampante Gianpiero Fiorani volava al culmine della sua fulminante parabola, che solo in seguito avrebbe incrociato le cronache giudiziarie. «Fu un atto di coraggio mettersi contro il pupillo del presidente di Bankitalia, Antonio Fazio» ricorda ora il presidente Sergio Santi.

Dunque Imola è una delle fondazioni che per prima ha applicato i criteri della legge Ciampi-Pinza. Perché presidente?

«Per dubbi e pericoli che poi si rivelarono reali. E per poter esercitare appieno la nostra idea di Fondazione, non più a difesa di una banca ma come sostegno alla comunità locale. In particolare alle categorie deboli».

Proprio sicuri di essere così vicini ai più bisognosi?

«Lo dicono le statistiche. In rapporto al patrimonio siamo

da sempre tra le prime Fondazioni in Italia in quanto ad attenzione per quelle categorie».

Eppure c'è ancora chi vede le Fondazioni come una sorta di circoli chiusi e un po' nebulosi, dove si fanno strani interessi e che distribuiscono prebende ai soliti noti.

«Sempre meno persone la pensano così. Noi ogni tanto commissioniamo sondaggi, per capire come siamo percepiti. Molti non ci distinguevano dalla banca, ma siamo passati da un 30% di cittadini informati, al 42,4% di due anni fa. Tanti sanno, ad esempio, che la Fondazione Cassa di Risparmio di Imola è quella che ha realizzato Casa Alzheimer».

È il progetto portato a termine di cui va più fiero?

«È uno di quelli. Assieme alla grande soddisfazione per aver portato a Imola, in un'unica sede, diversi corsi di studio dell'Università di Bologna».

In questi anni di crisi voi siete riusciti a mantenere un



livello abbastanza costante di erogazioni.

«Non è stato facile, solo l'innalzamento di tassazione deciso dal governo Renzi ci costa un milione di euro l'anno. Abbiamo cercato di amministrare nel miglior modo possibile il nostro patrimonio. Ora per fortuna si intravedono segnali di ripresa. Come tutte le Fondazioni, anche Imola si avvale di consulenti finanziari. In generale il portafoglio delle par-

tecipazioni, costituito dagli investimenti strategici legati al ruolo istituzionale, viene tenuto tra il 20 e il 30% del portafoglio mobiliare complessivo. Tra il 50 e il 70% il portafoglio strategico, gestito in un'ottica di medio-lungo periodo con attenzione al rapporto rischio/rendimento. Il portafoglio tattico, infine, varia tra il 5 e il 20% ed è gestito in un'ottica di breve-medio termine».

Presidente, questo è un

Vertice

Sergio Santi, presidente della Fondazione Cassa di Risparmio di Imola

paese che ha bisogno di crescita, di investimenti. Le Fondazioni possono essere un volano importante nei loro territori di riferimento?

«Certo e noi non ci tiriamo indietro. Una decina di anni fa abbiamo creato il Centro per lo sviluppo economico del territorio imolese, un organismo autonomo che opera gestendo un fondo di 300.000 euro all'anno. Inoltre sosteniamo Innovami, abbiamo creato un fondo per i brevetti, operiamo per il territorio anche intervenendo per un 20% in un altro fondo assieme al Con.Ami (la multiservizi azionista di Hera ndr)».

A proposito del rapporto col Con.Ami, che ne è stato dell'idea di lanciare minibond per lo sviluppo delle piccole imprese locali?

«Per me è una ferita ancora aperta. Quando abbiamo incominciato a parlarne eravamo tra i primi in Italia. Poi il fenomeno è sbocciato e noi siamo rimasti al palo».

Per quale motivo?

«Abbiamo fatto diverse riunioni ma... diciamo che non siamo riusciti a convincere gli interlocutori della bontà dell'iniziativa».

Qualcuno vi ha boicottato?
«Preferisco non andare oltre».

M. A.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sul web
Puoi leggere, condividere e commentare gli articoli di Corriere Imprese su www.corrieredi.bologna.it



Minibond per imprese
Quando abbiamo iniziato a parlarne eravamo tra i primi in Italia. Poi siamo rimasti al palo



MARIA CLAUDIA®

COLLEZIONE NEW JADE

ANELLI ED ORECCHINI REALIZZATI IN ORO, IMPREZIOSITI DA QUATTRO IMPORTANTI GRIFFES CHE INCASTONANO UN BRILLANTE CABOCHON SFACCETTATO DI GIADA NATURALE, TINTA NEI COLORI MODA. UN BAGLIORE DISCRETO DI COLORE E LUCE PER LE NOSTRE MANI E PER IL NOSTRO VOLTO, UNA PARURE IDEALE PER TUTTA LA GIORNATA.

BUONE FESTE
Maria Claudia

GIACOBRAZZI GIOIELLI BOLOGNA VIA SAN FELICE, 14/A	NATALE FONTANA GIOIELLI GIFFRÀ SRL BOLOGNA VIA F. PIZZOLI, 1/A	SHIZZO GIOIELLI SASSO MARCONI VIA DEL MERCATO, 20	IL GIOIELLO SAN LAZZARO DI SAVENA VIA EMILIA, 143	GIOIELLERIA CARLO MARSCIANI MODENA VIA L.C. FARINI, 33	GIOIELLERIA TORRICELLI LUIGIANA MODENA CORSO CANALICCHIO, 1
MONICA MARAZZI GIOIELLI CARPI CORSO ALBERTO PIO, 82	GIOIELLERIA TORIANI FORMIGINE (MO) VIA TRENTO TRIESTE, 80	GIOIELLERIA RONCHETTI NOHANZOLA PIAZZA PARTIGIANI, 5	GIOIELLI DI MARIOMA SPILAMBERTO VIA F. RONGATI, 13	GIOIELLERIA BERNARDI REGGIO EMILIA VIA EMILIA SANTO STERNO, 2/A	JOYTI GIOIELLI SCANDIANO VIA VALLESNERI, 41
GIOIELLERIA RUFFINI VITTORIO CASTELNUOVO NE' MONTI VIA C. FRANCESCHINI, 7	GIOIELLERIA CERESINI 1863 PARMA VIA CAVALIERE, 29	GIOIELLERIA BOSSI FLORINDO TRAVERSETOLO (PR) VIA MATTEOTTI, 7	GIOIELLERIA BENSON 51 PIACENZA CORSO VITTORIO EMANUELE II, 51	GIOIELLERIA CAMPOMINOSI PIACENZA VIA XX SETTEMBRE, 142	GIOIELLERIA PEZZOLA LUIGI BIARENZA D'ARDA VIA L. BOSSI, 10
GIOIELLERIA COMANDINI CESENA (FC) CORSO GIUSEPPE MAZZINI, 5	FESARESI GIOIELLI CATTOLICA (FC) VIALE ROMA, 47	GIOIELLERIA ANCARANI EASY RAVENNA VIA MATTEOTTI, 34	PREZIOSI SANGIORGI BIZZUNO DI LUGO VIA SENERO, 15		

WWW.MARIACLAUDIA.IT

L'INTERVISTA

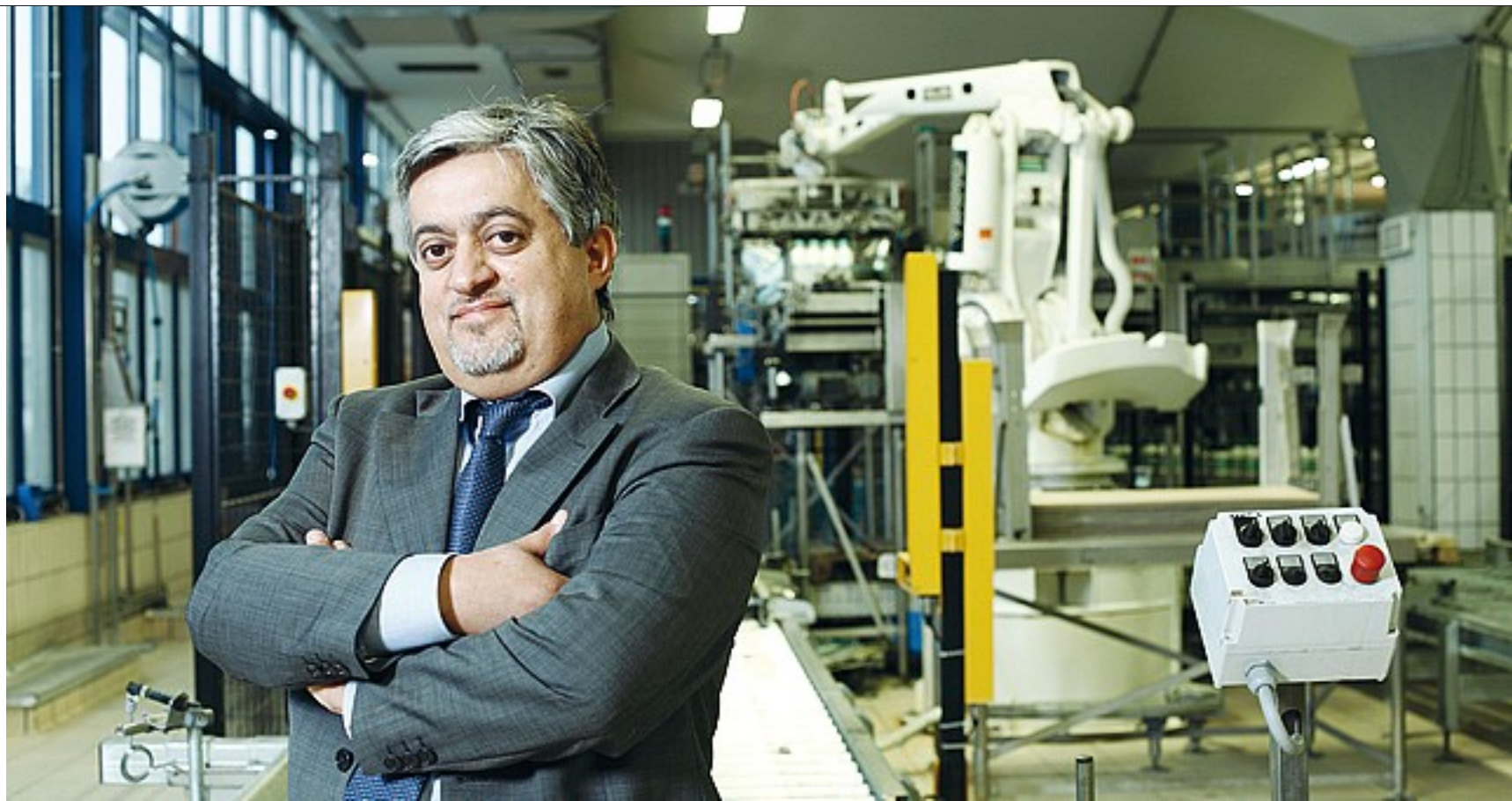
Gianpiero Calzolari

Acquisizioni in vista per Granarolo, alla conquista di nuovi mercati: dalla Cina, all'Australia e agli Stati Uniti. Senza mai dimenticare la matrice cooperativa

L'azienda

La storia

La stalla e la qualità si difendono meglio se latte e formaggi rincorrono il mondo

La spedizione dei **Mille** (soci)

Chi è

Gianpiero Calzolari, bolognese, 60 anni appena compiuti, negli anni '90 sindaco Pci di Monzuno, è poi cresciuto nella Legacoop. Dal 2007 presiede Granlatte, la cooperativa di allevatori che controlla Granarolo, alla cui presidenza è arrivato nel 2009

di **Angelo Ciancarella**

Essere grandi in Italia — oltre un miliardo di euro di fatturato, 12 stabilimenti, più di 2.000 dipendenti — aggregare una filiera del latte dalla stalla alla tavola di 11 milioni di famiglie, ma dover guardare al mondo per non restare nani in Europa. Diversificare ed esportare più che sia possibile, senza tradire il core business del latte fresco di qualità, «inesportabile» per definizione: sembra stretta la via Emilia di Gianpiero Calzolari, presidente di Granarolo e dell'azionista di maggioranza, la cooperativa Granlatte con mille soci allevatori.

Gli indicatori di bilancio di Granarolo sono molto positivi, ma il mercato del latte si contrae e all'estero la «via Lattea» è affollata di giganti.

«Competitor e colleghi, anche quelli simili a noi per la matrice cooperativa, lavorano su aggregazioni sovranazionali. Arla Foods di soci allevatori ne ha oltre 13.000, in Danimarca, Svezia, Germania, Belgio, Regno Unito e altri paesi. Noi siamo mille, ma cresciamo e raggiungeremo gli obiettivi 2015: 1,1 miliardi di euro di ricavi, un utile apprezzabile, superiore ai 9 milioni del 2014, investimenti per 25 milioni, 20% di export. Quanto al 2016, tenere incrementi annui tra il 5 e il 10% è impegnativo. Ma se nel frattempo dovessero andare a regime operazioni straordinarie, molto straordinarie, i numeri cambierebbero».

Secondo il piano industriale l'export schizzerà al 35%: grandi obiettivi in vista?

«Ci sono anche grossi obiettivi, ma parliamo di mercati all'estero, non di stabilimenti. Abbiamo dei dossier aperti. Più che le dimensioni ci interessano le marginalità, le capacità commerciali, la logistica efficiente. Continueremo le acquisizioni per diversificare la produzione e crescere in mercati nuovi e ad alto valore aggiunto. Come abbiamo fatto in Cile e Nuova Zelanda, porta per l'Australia; e con le partecipazioni nel caseificio Gennari e nel pastificio Granarolo. Esportiamo perfino il latte, in Libia e in Cina, dove abbiamo una filiale commerciale e siamo gli unici autorizzati ad importare latte per bambini».

Produrrete in Cina?

«No. Ma vogliamo far crescere un mercato,

l'abitudine a bere latte, estranea alla tradizione di quel grande paese, e ad apprezzare i formaggi. In America Latina la produzione diretta sarà la piattaforma per importare dall'Italia prodotti di maggior valore, come i formaggi duri. Perfino i freschi possono viaggiare, se si trovano mercati e clienti disposti a pagar bene. Penso alle mozzarelle a Dubai, che dista appena sei ore di volo da Milano ed è collegata più volte al giorno. E guardo agli Stati Uniti, dove c'è grande interesse per lo stile alimentare italiano».

Lei presiede un cda in scadenza: 11 consiglieri, tutti maschi.

«Sono rieleggibile e disponibile a continuare il compito. E stiamo lavorando perché il prossimo cda sia anche femminile. Non abbiamo gli obblighi delle quotate, ma vogliamo recuperare il ritardo».

A proposito di quotate: bilanci in ordine e certificati, relazioni semestrali, Intesa Sanpaolo azionista di minoranza. Cosa



A primavera rinnoveremo il Cda, non sarà tutto al maschile come ora. Siamo cresciuti con le nostre forze, ma se avremo obiettivi ambiziosi valuteremo anche la quotazione. Non abbiamo timori e saremmo pronti per una Parmalat. Purtroppo non se ne vedono

manca per quotarvi?

«Il bisogno. Siamo cresciuti con risorse nostre. Dovessimo avere un obiettivo particolarmente ambizioso, non raggiungibile con le nostre sole forze, potremmo ragionare sulla quotazione».

Potrebbe mancare il tempo per farlo, come avvenne per Parmalat.

«No, quella volta ci saremmo anche quotati, ma non bastava mica. Doveva essere un'operazione di sistema, è stata un'occasione persa. Non per Granarolo, che non ha rimpianti. Per l'Italia. Parmalat era la più importante piattaforma del food italiano nel mondo. Sarebbe stato doveroso non cederla a una media azienda europea che, con un investimento impor-

tante ma conveniente, è diventata una grande multinazionale.

Però anche noi siamo cresciuti: se si presentasse un'opportunità del genere - e purtroppo non ne vedo all'orizzonte - la raccoglierei. Abbiamo formato persone in grado di gestire iniziative complesse. Oggi non c'è paese che spaventi i nostri dirigenti. Poi, chiaramente, bisogna valutare le dimensioni, l'impegno finanziario, ma siamo pronti».

L'accordo di Parigi sul clima rafforza l'impegno dei paesi a ridurre le emissioni di Co2. Nell'Europa postindustriale l'agricoltura è tra gli imputati.

«Partecipiamo da due anni al progetto europeo Life+ Climate Change-R per ridurre le emissioni di gas serra in Emilia-Romagna. Studiamo modalità di allevamento per premiare, oltre alla qualità, la sostenibilità produttiva. Misuriamo l'impatto ambientale sull'intero ciclo di vita dei nostri prodotti, a Expo abbiamo presentato una bottiglia biodegradabile in tre mesi, investiamo in R&S il 4% dei ricavi. La nostra attenzione, come testimonia il bilancio di sostenibilità, si estende all'intera filiera del latte».

Filiera forse ancora lontana dai livelli di efficienza simili alle medie europee.

«Produrre in Italia ha oggettivamente costi più alti che nel resto d'Europa. Però il sistema paese costa troppo, se perfino 10 centesimi in più al chilo rispetto al prezzo tedesco spesso non bastano per remunerare il costo alla stalla. Energia, burocrazia, frammentazione degli allevamenti sono tutte cose da affrontare. Non arriveremo mai ai 27 centesimi europei, ma è ragionevole riuscire a ridurre i costi di 2-3 centesimi».

Vuol ridurre i costi di produzione di 2-3 centesimi, eppure Granarolo paga il latte un paio di centesimi in più rispetto alla media.

«È vero. Noi paghiamo anche il valore della filiera e un prezzo che premia la qualità. Paghiamo le tasse, facciamo utili, e distribuiamo un dividendo ai soci allevatori che vale, grosso modo, un altro centesimo. Siamo una Spa, perseguiamo l'efficienza e anche il profitto. Ma non dimentichiamo la matrice cooperativa e la nostra responsabilità per rafforzare la filiera del latte».

E inutile piangere sul latte versato. Ma se la storia si potesse riscrivere, fa riflettere la convinzione con la quale Gianpiero Calzolari spiega che, oggi, neppure una Parmalat da conquistare incuterebbe timore a Granarolo e, se fosse necessario, il gruppo andrebbe in borsa domani. È credibile, perché non è un rimpianto o una recriminazione; è una valutazione sulla base della crescita manageriale e dell'internazionalizzazione degli ultimi quattro anni. Se non è rivolta al passato, la considerazione di Calzolari deve far pensare a cosa potrà fare, nei prossimi anni, un gruppo con i piedi ben piantati nelle mille stalle di 14 regioni italiane (alla fine, gli azionisti di controllo) ma già molto diversificato nei prodotti, con burro e formaggi che superano un terzo del fatturato, e un quinto dei ricavi (saranno un terzo nel 2016) derivanti dall'export o dalle produzioni per i mercati locali.

Calzolari non esclude un 2016 «col botto», ma fa capire che poco cambierebbe se anche la crescita proseguisse per «piccole» acquisizioni strategiche, da trasformare in piattaforme per esportare l'agroalimentare italiano in mercati a valore aggiunto: dalle Americhe all'Oceania e alla Cina. All'estero poco latte, molti formaggi, a cominciare dal Parmigiano e dal Grana, ma anche prosciutti, pasta, domani perché no, vino. I competitor sono dieci volte più grandi, si tratti di Lactalis o della cooperativa multinazionale Arla Foods. Ma a ben vedere non c'è confronto, se si pensa al portafoglio di prodotti Dop italiani dei quali il mondo va matto ed è anche disposto a pagare bene. E imparerà a conoscere e apprezzare ciò di cui non va matto. Solo così si spiega l'apparente velleità di indurre i cinesi a ridurre il tè e a bere latte, cominciando dai bambini, serviti con prodotti su misura.

In questo scenario, la ricorrente e muscolare trattativa trimestrale sul prezzo del latte appare come una battaglia di retroguardia, se non è accompagnata da innovazioni, efficienze ed economie di scala, che riducano i costi e, migliorando la qualità, spuntino prezzi maggiori. Granlatte e Granarolo si muovono in questa direzione ma, in quanto cooperative, non partecipano alle trattative sul prezzo. Calzolari ritiene necessario un fondo di tutela per le eccessive oscillazioni, ma si coglie in lui un po' di disagio verso la pretesa (diffusa) di garantire ogni singolo produttore, dimenticando che le protezioni sono finite, i consumi interni diminuiscono e il mondo non aspetta altro che di essere conquistato. A Expo sembrava l'avessero capito tutti, ma hanno frainteso: per sei mesi il mondo è venuto a visitare le stalle; ora sono le stalle che devono rincorrere il mondo e farsi riconoscere.

A. Cia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

AMARCORD

È bello **camminare** verso il futuro Valleverde rinasce e vuole tornare grande

Brevetti, riassunzione dei dipendenti, mercato interno e tanta Europa per ripartire

Il primo passo è stato quello di acquistarla per 9 milioni di euro. A cui è seguita la ristrutturazione «da quasi un milione di euro» dello stabilimento di Coriano, a Rimini. Poi il lancio della nuova collezione Primavera Estate di quel marchio che da un po' di anni era lontano dai riflettori mediatici, ma sotto la lente del tribunale fallimentare. La sfida di Elvio Silvagni a capo della Silveri parte da un assunto: «Valleverde è un marchio ancora forte nella mente degli acquirenti; ha solo bisogno di una lucidata». In meno di sei mesi è iniziata la nuova era dello storico brand della «moda comoda» e ora si punta al futuro: «Si riparte dai brevetti che l'hanno resa celebre, si punta a consolidare il mercato interno, ad estendersi con le vendite in Europa e a riassumere i dipendenti della vecchia gestione».

La Valleverde è nata negli anni 70 a Coriano di Rimini. Fondata da Armando Arcangeli si è imposta nel mercato con l'intuizione di abbinare la comodità alla moda mettendo in stretta collaborazione i più raffinati maestri calzaturieri con esperti



Silvagni
Il settore ricerca e sviluppo c'è: sono impiegati gli stessi tecnici della vecchia era
Per il 2016 investiamo una somma pari al 4-5% del fatturato

podologi. Da allora l'azienda ha conosciuto una notevole espansione fino a una rete di 2.500 negozi tra Italia e resto del mondo. Alla vigilia della quotazione in Borsa, complice la crisi globale seguente all'11 settembre, è iniziato un periodo negativo al termine del quale Valleverde è finita nel 2013 in procedura fallimentare. A metà giugno 2015 il marchio e lo stabilimento sono stati oggetto di un'acquisizione a «chilometro zero» con protagonista la Silveri di Lugo (Ravenna) per 9 milioni di euro. Il gruppo è ora guidato dall'imprenditore romagnolo Elvio Silvagni che l'ha inserito nel portfolio delle aziende di famiglia insieme a Goldstar e Biochic.

«Abbiamo comprato Valleverde per crescere — spiega Silvagni — e si riparte anche dallo stabilimento di Coriano che abbiamo ammodernato e rimesso in moto assumendo 40 ex dipendenti grazie alla prima campagna vendite che ci ha soddisfatto». In due mesi e mezzo — rivela — siamo passati da 200 a 850 negozi in cui è possibile trovare i prodotti a marchio Valleverde ma punta-



mo al traguardo dei mille; negli ultimi mesi abbiamo venduto 150.000 paia di calzature e vogliamo triplicare i numeri con le prossime collezioni. Puntiamo a superare la soglia di 10 milioni di euro per il fatturato 2016 mentre quello 2015 si chiuderà a due milioni e mezzo perché l'abbiamo riacquistata da poco».

Come si rilancia una ditta

che prima del fallimento contava 140 dipendenti? «Ripartiremo — annuncia Silvagni — anche dai brevetti che hanno reso celebre Valleverde. Il settore ricerca e sviluppo c'è e sono impiegati gli stessi tecnici della vecchia era e nel 2016 potranno contare su un investimento pari al 4-5% del fatturato».

Una strategia che, anche se non nell'immediato, guarda al-

Maestria
Un operaio al lavoro nello stabilimento Valleverde di Coriano

l'estero. «Non ci sono altri stabilimenti oltre a quello da 12.000 metri quadrati di Coriano; per ora la nostra attenzione è sul mercato italiano e sui clienti storici esteri, ma l'intenzione è quella di puntare su Germania, Svizzera e Austria. Poi il mondo è grande e valuteremo i mercati principali».

Tra la produzione e il retail, la prima ha l'attenzione principale. «Abbiamo due punti vendita diretti, uno a Milano e uno a Coriano e non abbiamo intenzione di aprirne altri. Per la distribuzione ci affidiamo ai rappresentanti presenti in tutte le zone d'Italia. Ritengo che ognuno debba fare il proprio mestiere e noi siamo dei produttori di scarpe. Il nostro focus per il futuro è quello di investire in progetti di calzature sviluppando la ricerca».

Ma la nuova era Valleverde è costretta a smarcarsi dai recenti fatti di cronaca. La guardia di finanza di Rimini ha eseguito misure cautelari e reali nell'inchiesta sulla vecchia gestione dell'azienda. Provvedimenti che sono andati anche a carico del fondatore, Armando Arcangeli. Si tratta di sei ordinanze di arresti domiciliari, nei confronti di sei imprenditori e sequestri di beni per circa 19 milioni. «Vogliamo che sia estremamente chiaro — ha spiegato Silvagni in una nota — che la nuova proprietà del marchio Valleverde è totalmente estranea a queste inchieste. Stiamo investendo moltissimo per la rinascita del marchio che abbiamo acquisito solo da sei mesi».

Alessandro Mazza
© RIPRODUZIONE RISERVATA

LENTI PER OCCHIALI OPTOVISION Made in Germany



optoVision®
GERMANY



Distributore per RE – PR – MO



**Via Caggiati, 12 – T./F. 0522 454508
42121 – Reggio Emilia (RE) Italy
Reg. Imp. R.E. – C.F. – P.IVA 02426880353
E-mail: b.b.lab.bonilauri@gmail.com**

MONOPOLI

System scommette sulle piastrelle E rafforza **Laminam** con Kale

Dalle macchine per ceramica al prodotto finito: la «ripicca» di Stefani contro gli scettici

di **Nicola Tedeschini**

Francò Stefani fu il primissimo a crederci, nelle piastrelle di grandi dimensioni per rivestimenti esterni. Tra le ceramiche cui forniva i macchinari lo scetticismo non mancò, dopo che al Ceramitec di Monaco di Baviera, nel 2000, fu proposto un sistema di pressa che produceva lastre senza stampi, consentendo modifiche dei formati a richiesta, senza rigidità. Tanto che lui, di ceramiche, se ne creò una tutta sua, la Laminam. Ora il patron del gruppo System di Fiorano Modenese può dire di aver avuto ancora una volta ragione: Laminam è cresciuta al punto che intende raddoppiare la produzione, e per questo ha acquisito, salvando 97 lavoratori, lo stabilimento di Borgotaro di Kale Italia, filiale dell'omonima multinazionale turca che nel 2011 aveva rilevato le attività della gloriosa Edilcuoghi.

Già nella pubblicistica antecedente l'ultimo Cersaie, il 2014 era descritto come un anno di indubbia ascesa, con un fatturato stand alone da 40 milioni di euro. «E nel 2015 — dice l'amministratore delegato Alberto Selmi — abbiamo consolidato il trend, con una crescita tra il 25% e il 30%». Insomma, la scommessa sui 50 milioni sta per essere vinta, e l'azienda aumenterà la propria forza relativa nel consolidato di System, dove pure i ricavi sono attesi in salita di almeno 15 punti dallo scorso esercizio, e dunque verso i 440 milioni, per quattro quinti generati dall'export. Il fatto è che, con le lastre da 1.620 millimetri di larghezza e 3.240 di altezza, si ragiona su interi edifici, non singole abitazioni.

«In Corea abbiamo recentemente fornito 200.000 metri quadrati a sei grattacieli — continua Selmi — Oltre il 20% delle vendite è per impieghi in facciate esterne, dove la ceramica può sostituire lapidei e vetro, perché da sola riunisce proprietà che altri materiali possiedono solo in parte, come la resistenza agli acidi e alle deformazioni». A maggio, al Fuorisalone milanese, sono state presentate due collezioni co-firmate dal colosso nipponico Toto: il quale non solo produrrà e venderà le lastre in Giappone, ma ha contribuito al loro perfezionamento con una tecnologia di propria brevettazione, che conferisce alla ceramica, negli ambienti esterni, capacità auto-pulente e di purificazione dell'aria, sfruttando luce del sole e acqua piovana; e, negli interni, proprietà anti-batteriche e anti-odore.

Negli interni, la sfida è ora nelle superfici orizzontali, i rivestimenti per la zona cucina, come i piani cottura, e il bagno. Le lastre non sono più solo elemento della struttura portante delle unità edili, ma vanno a integrare le offerte



Business

Abbiamo creato una nuova domanda grazie al costante dialogo progettuale con i professionisti del settore

di soluzioni per l'arredo. Nuovi mercati, nuove concorrenzialità. «Abbiamo creato una nuova domanda — aggiunge Selmi — e questo grazie al costante dialogo progettuale con i professionisti del settore, a cui dedichiamo un ufficio tecnico interno». L'ultima frontiera sono quindi le produzioni in marmo, che spiegano la partecipazione al Marmomacc 2015 di Verona. E spiegano l'acquisto del ramo d'azienda di Kale.

Il sito di Borgotaro, nel parmense, era ormai fuori mercato. «Ci è stato proposto, dall'estate era libero — spiega Stefani — Un giorno l'ho



visitato: erano le 11 del mattino ed era tutto spento, una desolazione. Abbiamo preso la palla al balzo, perché capannoni così grandi, in giro, non ce ne sono. Per costruirne uno nel modenese sarebbero serviti tre anni». Anche lungo la Cisa ci sarà da lavorare, ma solo sui beni mobili, sulla riconversione delle apparecchiature interne. «Le istituzioni mi hanno chiesto di cosa avessi bisogno — continua il patron di System — Ho risposto: di nulla, se non di avere una connessione con la ferrovia merci, che pagheremo noi. Non si può caricare sulle piastrelle un costo di trasporto di 2 euro al metro quadrato».

Per il rilancio di Borgotaro, in definitiva, c'è un preventivo tra i 30 e i 40 milioni. Compresa la riqualificazione dei dipendenti: la cigs si era trasformata, il 20 luglio, in cassa in deroga, che sarebbe scaduta due giorni or sono. «Aspettando il 19 dicembre loro sarebbero stati licenziati, e noi avremmo potuto ripartire da zero», aggiunge Stefani. «Invece abbiamo concluso prima l'accordo con Kale, che è nostra cliente da 25 anni e ci ha ringraziato per quello che abbiamo fatto. Ristrutturare le aziende non significa tagliare centinaia di persone, ma assumerle». Lo ha sempre detto, l'Ingegnere: non servono meno occupati, ma servono meno operai semplici e più operai specializzati, servono figure che alla manualità, alle conoscenze di meccanica sostituiscono l'informatica e altre competenze. Rendere più intelligenti le fabbriche è la missione di System Logistics, che è guidata da Luigi Panzetti e dall'1 gennaio partorirà gli spin off Impianti spa e Modula spa. Industry 4.0, insomma: «Ma noi, la prima ceramica 4.0, la facemmo nel 2004».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Produzione
Lo stabilimento di System a Fiorano Modenese (Modena) con alcuni studenti in visita

Datalogic **cacciatrice**: innovazione e shopping per raddoppiare il fatturato

Volta: «Il 2015 chiuderà secondo le attese. Siamo già pronti con l'identificazione intelligente»

Raddoppiare il fatturato nei prossimi 4-5 anni. È l'obiettivo di Romano Volta, presidente e amministratore delegato di Datalogic. Ambizioso certamente, ma «alla nostra portata se continueremo crescere a velocità doppia del mercato e se, come credo, i prossimi saranno anni di forte sviluppo» dice l'imprenditore bolognese, motivato come non mai nel tradizionale incontro prenatalizio con analisti e stampa.

Il 2015, intanto, si chiuderà con risultati in linea con i piani, quindi con vendite vicine ai 500 milioni (+15% circa rispetto al 2014). Dopo l'ampio processo di consolidamento globale degli ultimi anni, l'azienda bolognese quotata in Borsa al mercato Star è ormai al primo posto al mondo nei sistemi di identificazione ottica retail, e al terzo dopo Honeywell e Zebra-Motorola com-

prendendo anche i sistemi per l'industria, dalle macchine automatiche ai servizi logistici. Da pochi giorni, poi, è rientrata nel business dell'identificazione a radiofrequenza (Rfid) acquisendo il 20% della società toscana Caen. Oltre alla crescita interna, ha confermato Volta, saranno anche «le acquisizioni di aziende di nicchia, tecnologiche o commerciali, a spingere il fatturato verso l'obiettivo del miliardo di euro». Quindi dobbiamo attenderci una Datalogic «cacciatrice», soprattutto sul mercato americano dove «abbiamo ampi margini di crescita», ma anche oggetto di una spietata caccia da parte di tutti i colossi dell'information technology.

«Siamo assediati da potenziali acquirenti — rivela — Del resto la nostra non è una tecnologia che si improvvisa in casa e chi vuole entrare può farlo soltanto



Numero uno Romano Volta, presidente e amministratore delegato di Datalogic, che ha fondato nel 1972

comprendosi un'azienda d'avanguardia e di grande visibilità internazionale come la nostra». Nessuna intenzione di vendere, però, dice senza esitazione la figlia del fondatore Valentina, già nella stanza dei bottoni dopo un decennio di gavetta alla Ferrero, e probabile successore di Volta stesso come amministratore delegato.

Il motivo del rinnovato interesse attorno a Datalogic è lo stesso che alimenta il grande ottimismo di Volta: trovarsi sulla cresta dell'onda dei mega trend del momento, da Internet delle cose a Industria 4.0 e Big Data. Il primo passo di ogni processo in digitale, infatti, è l'identificazione degli oggetti e l'acquisizione dei dati che lo riguardano. «Si prevede che al 2020 saranno 50 miliardi ogni istante gli oggetti collegati tra loro nel mondo. Ognuno dovrà avere il suo sistema di identi-

ficazione — spiega Volta — Grazie agli smartphone, poi, l'identificazione ottica è ormai alla portata di chiunque. Noi già siamo pronti a fare un altro passo avanti con l'identificazione intelligente, in grado di fornire una massa di informazioni di 10 o 20 volte superiore all'attuale». Ma il boom, ritiene il numero uno di Datalogic, riguarderà anche i processi produttivi dove l'automazione innescata dall'identificazione dei prodotti in lavorazione e dal dialogo fra le macchine consentirà alle imprese occidentali di riportare in patria le fabbriche emigrate nei paesi a basso costo del lavoro. Ma anche in Cina, racconta Volta, la Foxconn che produce a milioni gli iPhone per Apple, ha appena adottato il sistema Datalogic su tutta la linea di montaggio...

Massimo Degli Esposti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Con l'Emilia-Romagna ce l'abbiamo fatta_

*I progetti attivati con le risorse
Por Fesr 2007-2013*

Il Programma operativo del Fondo europeo di sviluppo regionale 2007-2013 ha messo a disposizione di oltre 3.650 imprese, 43 enti, organismi di ricerca e università e 70 soggetti pubblici **383,2 milioni di euro** per progetti e infrastrutture che hanno migliorato la competitività, la sostenibilità, l'occupazione nella nostra regione.

Tutte le informazioni all'indirizzo www.regione.emilia-romagna.it/fesr

Ricerca industriale e trasferimento tecnologico

- 10** tecnopoli
- 131** progetti di ricerca delle imprese
- 36** programmi della Rete alta tecnologia
- 700** ricercatori coinvolti
- 142** start up
- 92** progetti per la partecipazione al programma Horizon

Sviluppo innovativo delle imprese

- 850** progetti d'impresa per lo sviluppo ICT
- 331** progetti di imprese organizzate in reti
- 106** progetti di nuove imprese
- 199** progetti di espansione produttiva nell'area del sisma
- 204** progetti agevolati con il fondo Starter
- 13** progetti sostenuti con il fondo di capitale di rischio Ingenium

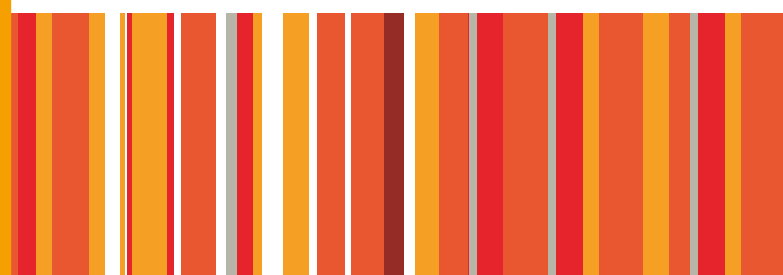
Qualificazione energetico ambientale e sviluppo sostenibile

- 391** progetti di impresa
- 113** progetti agevolati con il fondo Energia
- 14** aree industriali riqualificate

Valorizzazione e qualificazione del patrimonio ambientale e culturale

- 38** progetti di qualificazione di beni pubblici
- 282** progetti di imprese per la valorizzazione dell'offerta turistica
- 800** progetti di delocalizzazione per le imprese dell'area del sisma
- 67** progetti di promozione

Fonte: dati di monitoraggio
Regione Emilia-Romagna, novembre 2015



INNOVATORI

Cinquanta sfumature di **colore** non bastano ad Alfa Colorpaint

Edoardo Rossetti ha creato un dispenser che produrrà vernici anche al supermarket

Con i suoi 183 brevetti, Edoardo Rossetti ha cullato molti sogni nella vita. Quello di realizzare le più robuste barche del mondo si è infranto sulla supertassa del governo Monti che nel 2011 affondò la nautica da diporto proprio quando dal suo cantiere di Viareggio erano usciti solo i primi tre esemplari **Emys Yacht**. Quattro con il 22 metri che ha tenuto per sé. Il più ambizioso, quello di regalare al pianeta il primo sistema di smaltimento dei rifiuti inquinanti a inquinamento zero, potrebbe ancora andare in porto; ma, dopo dieci anni di odissea burocratico-autorizzativa, lo firmerà forse il gruppo **Sofinter** che nel 2002 rilevò da Rossetti la società Itèa, trasferendo poi a Gioia del Colle il suo «disgregatore molecolare» Dismo nato a Zola Predosa.

Così, alla soglia dei 70 anni, Rossetti ha dovuto inventarsi un nuovo sogno. Anzi, antico, perché riguarda il business da cui ebbe inizio la sua fortuna — le vernici — e rimasto nel cassetto 20 anni esatti. Si chiama **Alfa Colorpaint** di-



Su misura
I nostri impianti erogano piccole confezioni che il cliente può testare a casa spendendo due o tre euro poi scontati sulla fornitura prescelta

spenser e promette di aprire l'era della pittura 2.0. Senza più scaffali di barattoli impilati in mesticheria, avventurose miscele fai da te per ottenere il punto di colore desiderato, e nemmeno i miscelatori automatici e gli spettrometri che lui stesso inventò a partire dal 1983, quando era titolare della **Rossetti vernici** e idee (sic) di Finale Emilia e della **Corob** macchine tintometriche di San Felice sul Panaro.

Il futuro sarà nella vernice «on demand» prodotta direttamente dai semilavorati (pasta bianca, pasta neutra e pigmenti) in una gamma praticamente infinita di sfumature, 10.000 per l'esattezza, automaticamente sotto gli occhi del cliente, come un cappuccino alla macchinetta. E in effetti il Colorpaint dispenser che già Rossetti realizza in un capannone di Calderara di Reno, al-

La macchina

Un touch screen per scegliere la tinta, un erogatore per ottenere un campioncino chiuso



le porte di Bologna, assomiglia nelle dimensioni e nelle fattezze a una banale macchinetta automatica per il caffè: un touch screen per scegliere il colore, un erogatore per ottenere un campioncino chiuso in un barattolo da yogurt, un tabellone con centinaia di tonalità e relativi codici. Sembra banale, ma per realizzarla Rossetti ha dovuto risolvere una miriade di problemi mettendo a punto decine di brevetti. Nel software (tutte le macchine sono on line e dialogano fra loro), nella chimica, nella fluidodinamica e nell'automazione. L'ha fatto a tempo di record. Come in un film, ricostituendo la squadra di fedelissimi che l'avevano affiancato nell'epopea della Co-

rob, fondata nell'84, diventata in pochi anni leader mondiale delle macchine tintometriche, venduta nel '99 alla multinazionale finlandese **Cps Color** che ancora la gestisce dando lavoro ad alcune centinaia di addetti. Ma non più a quella «sporca dozzina» di uomini riuniti da Rossetti attorno a un tavolo il 24 luglio del 2014 e convinti all'istante ad abbandonare i rispettivi posti per seguirlo nell'avventura Alfa, una start up che però occupa già 25 addetti. «E l'anno prossimo diventeranno duecento», dice il fondatore. Che in aprile alla fiera di Norimberga si presentò con lo slogan «Edoardo Rossetti è tornato».

I concorrenti se ne sono ac-

Novità
Edoardo Rossetti, 70 anni, accanto alla sua invenzione, Alfa Colorpaint dispenser, il distributore di vernici personalizzate

corti perché da allora ha piazzato un centinaio di dispenser, a 20.000 euro ciascuno. Non però nei negozi specializzati o nei bricocenter.

«Queste macchine — spiega infatti Rossetti — le ho pensate per i normali supermercati. Erogano piccoli campioni che il cliente può testare a casa spendendo due o tre euro poi scontati sulla fornitura prescelta». Ma il 2 marzo Alfa avrà una sorella maggiore, cioè la macchina professionale capace di erogare all'istante fino a 5 chili di vernice, «in cinquanta sfumature di grigio» e di ogni altro colore. E a costi inferiori del 26%. Come una stampante laser.

Massimo Degli Esposti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Una nuova **culla** per le startup di Industry 4.0

La fondazione Democenter inaugura a Spilamberto il suo terzo tecnopolo: 2 milioni l'investimento

Un braccialetto antismarrimento che aiuta i genitori a sapere dove si trovano i bambini in spiaggia. Un sensore che riduce a zero i margini d'errore nell'analisi chimica di un fluido. Una piattaforma web che mette in connessione artigiani e designer con le aziende che vogliono lanciare un nuovo prodotto. Sono alcune delle idee trasformatesi in startup grazie all'incubatore Knowbel di Spilamberto. Un edificio di millequattrocento metri quadrati dove si ritrovano giovani dalle idee brillanti, ricercatori universitari e imprenditori navigati con in testa un progetto da voler sviluppare.

A dare loro una mano è la fondazione Democenter-Sipe che oltre a gestire il centro mette a disposizione le competenze di manager, esperti di proprietà intellettuale e business angel (si occupano di fundraising). Il loro obiettivo è accelerare il processo di sviluppo delle startup attraverso la creazione di team competenti. In più indirizzano i team di lavoro nella ricerca di una strategia commerciale che in tre anni consenta loro di diventare indipendenti.

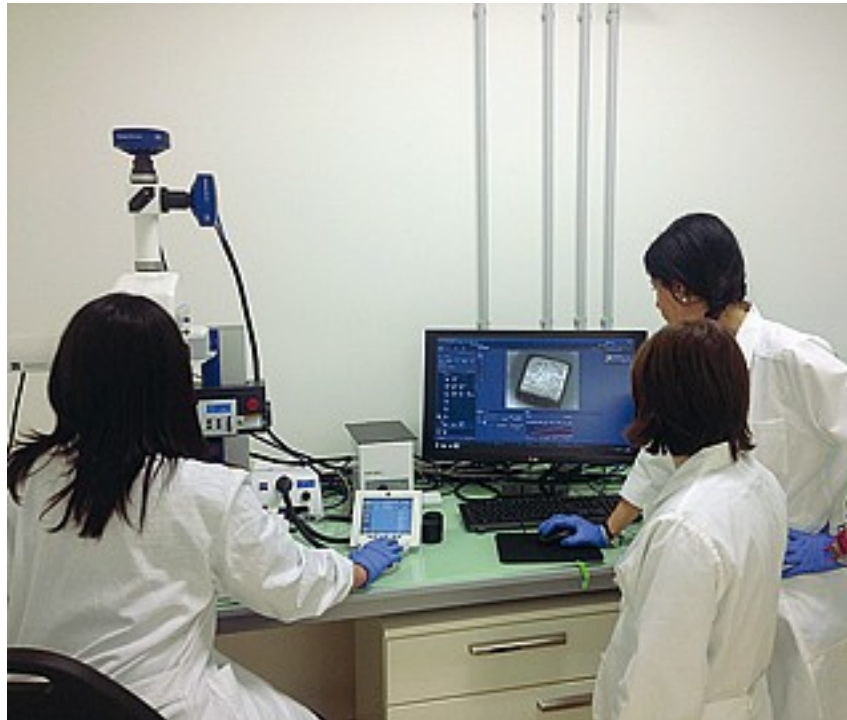
«È per questo che abbiamo pensato di realizzare un incubatore direttamente in un tessuto imprenditoriale piuttosto che all'interno dell'università — spiega Francesco Baruffi, responsabile

creazione d'impresa della fondazione Democenter — In questo modo si genera un doppio effetto: da un lato le startup entrano in contatto con le aziende del territorio che possono diventare futuri partner o clienti, dall'altro hanno la possibilità di avere accesso ad attrezzature e materiali di cui necessitano per svilupparsi».

Il tecnopolo, inaugurato da una settimana, non è un semplice acceleratore delle aziende in fase embrionale, ma lo si può considerare come una cucina di quella che è l'industria 4.0. Non è un caso, infatti, che al primo piano dell'edificio ci sia una piccola fab lab: un'officina dove chiunque abbia un'idea innovativa può accedervi e utilizzare stampanti 3d, microscopi e software all'avanguardia per trasformare dei dati digitali in degli oggetti materiali e condividerli con le altre fab lab sparse per tutto il mondo. Inserito nel distretto della meccanica avanzata, della mecatronica, dell'automazione e



Baruffi
Il nostro incubatore è inserito in un tessuto imprenditoriale, così le startup entrano in contatto con le aziende



dell'Ict (Information and communications technology), Knowbel accoglie fisicamente 11 startup, mentre sono una trentina quelle che vi fanno riferimento attraverso un rapporto di consulenza online. Per potervi accedere occorre superare una prima selezione in cui un comitato scientifico valuta la fattibilità della proposta, dopo di che si passa a una sperimentazione per due mesi in cui si sonda il mercato, si costruisce il team e si

sviluppano al meglio i progetti. Una volta terminato il periodo di prova gli apprendisti imprenditori iniziano il lavoro vero e proprio: brevettano la loro scoperta, stilano il business plan e iniziano a procurarsi i clienti. In quest'ultimo caso i consulenti di Democenter affiancano le neonate startup a diverse realtà industriali come ad esempio la Hpe-Coxa, azienda specializzata nella progettazione di automazioni industriali; Atlas Copco, che produce

Futuro
Alcuni ragazzi del nuovo tecnopolo Knowbel di Spilamberto alle prese con rilevazioni a livello chimico

attrezzature nel campo dell'ingegneria civile o la B. Braun nel settore medicale.

La permanenza all'interno della struttura, rappresenta un'esperienza formativa sotto tanti punti di vista: gli sviluppatori di software, i chimici e i ricercatori universitari che si muovono tra i tre laboratori e le dodici postazioni di coworking presenti nell'edificio hanno l'opportunità di scambiarsi pareri e suggerimenti da cui possono nascere anche progetti del tutto nuovi. Il tecnopolo di Spilamberto, costato quasi due milioni di euro di finanziamento pubblico, s'inserisce all'interno di un percorso promosso dalla Regione Emilia-Romagna con il sostegno dell'Unione Terre di Castelli, della fondazione di Vignola e dell'Università di Modena e Reggio Emilia. A occuparsene è Democenter-Sipe che oltre a Knowbel gestisce anche altri due poli d'innovazione a Modena e Mirandola. In tre anni la fondazione, tramite gli ottanta soci che ne fanno parte, ha investito sul territorio 50 milioni di euro trasferiti a imprese, università e startup per sostenere la ricerca e creare opportunità di lavoro. Delle 400 startup seguite, in questo lasso di tempo, nel loro percorso d'incubazione in 234 hanno oggi trovato un loro mercato alcune delle quali fuori dai confini nazionali.

Dino Collazzo

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sul web
Puoi leggere, condividere e commentare gli articoli di Corriere Imprese su www.corrieredi.bologna.it

NUOVE FRONTIERE

Il paese delle **scatole** che arrivano al polo Sud

Nata come costruttrice di carovane per giostrai, la Baruzzi di Cesena oggi realizza prefabbricati destinati a tutti gli usi. L'ultima commessa dalla missione Enea in Antartide: un locale di 90 metri quadri

Il paese delle scatole è a Cesena, vive e prospera da mezzo secolo costruendo e assemblando parallelepipedi che vengono spediti per gli usi più disparati in tutta Italia. Diventano bagni, uffici, spogliatoi, addirittura scuole. La prossima destinazione, come si conviene a un paese di scatole, è nella patria di Babbo Natale, in Antartide per una missione scientifica.

A qualcuno chiamare la Baruzzi un paese potrà essere troppo, in realtà viene in mente proprio questo guardando da vicino il suo business. Quindici dipendenti, un milione di euro il giro d'affari chiuso nel 2014, suddiviso tra la costruzione di prefabbricati e il noleggio degli stessi; attività questa prima marginale e ora sempre più preponderante. «Li concediamo per qualche mese o addirittura per un anno», spiega Alessandro Baruzzi, 42 anni, che guida l'azienda del papà Natale con la sorella Sabrina, 51 anni. «In zona siamo sicuramente quelli con la storia più lunga e molti vedendo un chiosco possono pensare che sia per forza il nostro, anche se in realtà ci sono tante altre imprese che li fanno».

Poche però riescono a man-

dare prefabbricati altamente sofisticati al polo Sud come fa la Baruzzi da ormai trent'anni. «Il nostro prodotto si mette a metà strada tra quello industriale e l'edilizia, con queste strutture si possono fare cose di livello, cose belle e performanti». E dire che Baruzzi era nata nel lontano 1954 a Cesena come falegnameria, condotta dallo stesso papà Natale (quando si dice il nome). È lui che ha l'intuizione di mollare le carovane per giostrai e di specializzarsi in un settore che stava emergendo e si sarebbe affermato nel giro di poco: la fabbricazione coordinata di strutture modulari. Nel 1973 l'impresa diventa una snc e cambia sede, trasferendosi nella zona industriale di Pievesestina. La giostra è rimasto il logo della ditta romagnola ancora oggi, anche se è rimasto un pallido ricordo rispetto a quello che oggi esce dalle sue officine.

«Tutto parte da un ufficio tecnico che analizza con il cliente le sue necessità — afferma Baruzzi junior — da qui nasce il progetto che passa all'ufficio ingegneristico dove vengono analizzati i vari tipi di isolamento, come quello sonoro, per passare poi alla pro-



Avanguardia
Una serie di container della Baruzzi assemblati per la lavorazione dello zucchero

duzione». Carpenteri e saldatori assemblano i pezzi, come telaio e tetto, poi montano finestre e rifiniture quali battiscopa, plafoniere quando non una rete dati con climatizzazione e allarmi antincendio. L'azienda ha costruito di tutto: un prefabbricato per gli uffici della prima Brigata Aerea dell'Aeronautica militare di Cervia, due per due istituti scolastici riminesi, gli uffici della

MSC Crociere a Monfalcone commissionati da Fincantieri, un laboratorio geosismico mobile per il CNR-IAMC di Napoli.

Per la missione Enea in Antartide Baruzzi ha creato quattro container assemblabili che raggiungono i 90 metri quadri: «Avevano bisogno di ampliare un laboratorio per fare studi sull'acqua, una sorta di piscina, il locale ha una pavi-

mentazione impermeabilizzata con una struttura livellante per creare appunto questa piscina». Adesso il container è fermo in Australia e sta aspettando la primavera, cioè il nostro autunno, così che le navi rompighiaccio possano consegnarlo ai ricercatori. L'ultima consegna prima di Natale al cliente più affezionato.

Andrea Rinaldi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



SPAL
AUTOMOTIVE

IL GRUPPO SPAL

è sempre alla
RICERCA
di persone di talento
anche per:






www.spal-group.com
www.spalautomotive.com/eng/group.aspx

Lavora con noi

Via per Carpi, 26/B - 42015 Correggio (RE) - Italy - Tel. +39.0522.731311 - Fax +39.0522.693611
web: www.spalautomotive.com - e-mail: g.frignani@spal.it

NUOVE FRONTIERE

Nel cratere del sisma i tubi per i colossi del mare

La Sag di Novellara aprirà a Finale Emilia il suo decimo stabilimento: un investimento di 35 milioni che creerà 130 nuovi posti di lavoro altamente qualificati. Sarà in funzione dal 2016 e produrrà 140.000 pezzi l'anno

Un investimento da 35 milioni di euro, 130 nuovi posti di lavoro e un impianto produttivo altamente tecnologico. È la scommessa del gruppo **Sag Tubi** di Novellara, in provincia di Reggio Emilia, che con la newco **Unifer navale** ha deciso di produrre a Finale Emilia, nel Modenese, tubi per navi da esportate in tutto il mondo.

Lo scopo dell'azienda, leader in Europa nel settore delle sagomature in acciaio, è di riuscire, in breve tempo, a conquistare una buona fetta di mercato in questo campo aumentando così clientela e profitti. Il progetto riguarderà anche la vecchia **Ansa Marmitte** e i suoi 85 dipendenti, una storica azienda del territorio che produce sistemi di scarico per moto e auto, che fino a poco tempo fa era a rischio chiusura e che oggi è diventata di proprietà del gruppo reggiano. L'intento del numero uno di Sag, **Walter Zini**, è riuscire ad aumentare in breve tempo i ricavi del gruppo e proprio il polo di Finale Emilia è una delle carte su cui ha deciso di puntare.

«L'idea di investire lì è nata per due motivi — spiega l'ad — Da un alto si è trattato di un'operazione di tipo immobiliare con i capannoni da risiste-

9
Stabilimenti
Sono i poli produttivi della Sag tubi: 8 in regione più uno in Turchia. Il decimo sorgerà a Finale Emilia

850
Dipendenti
Il numero totale degli addetti a cui dà lavoro l'impresa emiliana



Zini
Abbiamo rilevato un'azienda come Ansa Marmitte che aveva professionalità utili al nostro progetto

mare e legata all'accesso ai contributi a fondo perduto della Regione per la ricostruzione post sisma-. Dall'altra c'è stata l'opportunità di rilevare un'azienda, come Ansa Marmitte (oggi **Ansa Tech**, ndr), che al suo interno aveva professionalità utili al progetto che avevo in testa. In più avevamo già siglato un contratto commerciale con

Precisione
Alcuni tubi della Sag appena usciti dalla lavorazione. In alto a destra invece alcuni esempi di giunture



un'azienda che produce navi. Ci è sembrata una grossa occasione — ammette Zini — Si tratta, infatti, della più importante operazione economica degli ultimi 25 anni».

I nuovi stabilimenti, che andranno a rimpiazzare quelli danneggiati dal terremoto del maggio del 2012, sorgeranno su un'area di circa 26.000 metri quadrati e avranno al loro interno macchinari innovativi e completamente automatizzati. A occuparsi di apparecchiature laser e sistemi di progettazione all'avanguardia saranno tecnici, periti industriali e personale qualificato. «Abbiamo già iniziato a ricevere i primi curriculum — continua Zini — L'inizio della produzione è previsto per aprile 2016 e abbiamo calcolato che nel giro di un anno lo stabilimento arriverà a produrre, a pieno regime, circa 140.000

tubi all'anno. Tra Ansa Tech e Unifer navale daremo lavoro a poco più di 200 persone nell'intera area».

La Sag Tubi da più di quarant'anni progetta e realizza tubi e componenti, destinati ai costruttori di macchine agricole e del settore automotive. Nei nove stabilimenti, dieci in tutto se si considera anche quello in costruzione di Finale Emilia, otto sono in Emilia-Romagna e uno in Turchia. I dipendenti che vi lavorano sono 850 e dall'azienda ogni anno escono circa 12 milioni di pezzi. Un numero che tra-

Mercato

Tra i clienti c'è Fiat, cui l'azienda vende i suoi prodotti per i motori di auto, camion e trattori

dotto in termini economici vale circa 97 milioni di euro di fatturato, la maggior parte dei quali derivanti dal mercato nazionale. Tra i maggiori clienti c'è la Fiat alla quale l'azienda reggiana vende i suoi prodotti per la costruzione dei motori di auto, camion e trattori.

Dino Collazzo
© RIPRODUZIONE RISERVATA

GRATIS

Invito ALLA PROVA

CONSEGNANDO L'INVITO ALLA PROVA POTRETE USUFRUIRE DI PARTICOLARI CONDIZIONI DI ACQUISTO

MAICO UDITO sereno

PROGRAMMA UDITO sereno

Da inviare compilato a Emilfon, Piazza dei Martiri 1/2 (BO) Tel. Numero Verde 800-213330 o consegnare compilato al centro Maico più vicino

MAICO Centri acustici

GRATIS INVITO ALLA PROVA DEI NUOVI APPARECCHI ACUSTICI MAICO.

LA PRESENTE PER CHIEDERVI LA PROVA GRATUITA DEI NUOVI APPARECCHI ACUSTICI PRESSO LA FILIALE MAICO DELLA MIA CITTÀ, SENZA NESSUN OBBLIGO NE IMPEGNO DA PARTE MIA.

Seleziona il quadratino corrispondente al luogo prescelto.

☐ Presso la nostra filiale

☐ Richiedo la prova gratuita direttamente a casa mia.

NOME _____

COGNOME _____

INDIRIZZO _____

CAP _____ CITTÀ _____

TELEFONO _____ ETÀ _____

PROFESSIONE _____

QUESTO MESE ANCORA PIU' CONVENIENTE

Cell. 347-2693518

NUMEROVERDE 800-213330

MAICO

BOLOGNA
Piazza dei Martiri, 1/2
Tel. 051 249140 - 248718 - 240794

BOLOGNA
Via Mengoli, 34 (di fianco alla Asl)
Tel. 051 304656

BOLOGNA
Via Emilia Ponente, 16/2
Tel. 051 310523

BOLOGNA
San Lazzaro Di Savena
Via Emilia, 251/D
Tel. 051 452619

ADRIA
Corso Mazzini, 78
Tel. 0425 908283

CARPI
Via Fassi, 52/56
Tel. 059 683335

CASTELFRANCO EMILIA
Corso Martiri 124
Tel. 059-928950

CENTO
Corso Guercino, 35 (Corte del teatro)
Tel. 051 903550

CESENA
Via Finali, 6 (Palazzo Barriera)
Tel. 0547 21573

FAENZA
Via Oberdan, 38/A (di fronte al parco)
Tel. 0546 621027

FERRARA
Piazza Castello, 6
Tel. 0532 202140

FORLI'
Via Regnoli, 101
Tel. 0543 35984

MODENA
V.le Menotti, 15-17-19 (Ang. L.go Garibaldi)
Tel. 059 239152

MODENA
Via Giardini, 11
Tel. 059 245060

RAVENNA
Piazza Kennedy, 24 (Galleria Rasponi)
Tel. 0544 35366

REGGIO EMILIA
Viale Timavo, 87/D
Tel. 0522 453285

RIMINI
Via Gambalunga, 67
Tel. 0541 54295

ROVIGO
Corso del Popolo, 357 (angolo Via Toti)
Tel. 0425 27172

SASSUOLO
Viale Gramsci, 15/A
Tel. 0536 884860

FOOD VALLEY

Un **Natale** eccellente Boom di vendite per i prodotti Dop e Igp

Cesti e tavole più ricchi dell'anno scorso
Carni e vini vanno meglio di tutti

Con il Natale alle porte i consumatori fanno il pieno di bontà e quest'anno più del solito. Dal culatello di Zibello al pampeato che da una decina di giorni si fregia del titolo di Igp, facendo salire a 42 il numero dei prodotti in regione d'identificazione o denominazione di origine protetta. Un prodotto ferrarese che solo a Natale vende 200 quintali sui 300 prodotti durante l'anno.

Secondo Coldiretti Emilia-Romagna sulla via Emilia le famiglie spenderanno sotto le feste il 33% del proprio budget, pari a 380 milioni di euro, tra prodotti culinari e regali. E i conti su come sono presto fatti.

«Abbiamo registrato un incremento del 5-10% delle vendite di **salame del Felino** rispetto all'anno scorso, e i nostri associati sono più fiduciosi», spiega Carletto Ferrari, presente del Consorzio di questo Igp, che aggiunge come l'allarme dell'Oms a novembre non abbia

380

Milioni
La cifra in euro che spenderanno gli emiliano-romagnoli per il cibo durante le feste natalizie

provocato particolari danni d'immagine.

Secondo infatti lo stesso presidente di Federcarni regionale, Stefano Casella, le vendite del settore, dopo un novembre più contenuto, a dicembre hanno visto una ripresa. «Stanno andando bene le ceste tradizionali, per cui in media si spendono 30-40 euro. Si prediligono prodotti di consumo più quotidiano, come salumi, prosciutto, mortadella e altri insaccati» commenta. C'è invece più incertezza su **zamponi** e **cotechini** di Modena, nonostante i 5.600.000 venduti solo l'anno scorso, pari a 32 milioni di euro.

«Il 95% di queste eccellenze viene venduto solo a Natale e non sappiamo ancora se, dopo quanto accaduto in seguito alle dichiarazioni dell'Oms, chiuderemo come il 2014 o poco meno» continua Gianluigi Ligasacchi, direttore di Isit (Istituto salumi italiani tutelati) che sottolinea come a giocare contro queste prelibatezze sia proprio

La tavola di Natale

LE VENDITE

Conserve, polpe di frutta, gelatine e marmellate

+15%

Salumi e insaccati artigianali anche precotti

+10%

- Salame felino
- Mortadella

+5/10%
+5%

Parmigiano Reggiano

+5%

Salse, paté, condimenti tipici e cibi sott'olio

+5/8%

Bio food

+20%

Funghi freschi ed essiccati

+10%

Miele, pappa reale e propoli

+12/15%

Vini e spumanti

+8/10%

- Pignoletto
- Vini di Romagna*

+4%
+12%

*Sangiovese, Trebbiano...

Fonte: Confagricoltura e Coldiretti Emilia-Romagna-Consorzi Dop e Igp



65% dei tortellini verrà acquistato nei negozi di sfogline o nei ristoranti che si sono organizzati per rifornire i clienti



850 tonnellate previsione di consumo tra cotechini e zamponi

6 milioni stima della vendita di bottiglie di spumante

centimetri

lo stesso periodo natalizio. «Mentre questi prodotti vengono venduti soprattutto in vista del 25 dicembre perché sono legati alla tradizione — aggiunge Ligasacchi — altri, come la **mortadella** di Bologna che quest'anno registra da ottobre un incremento del 5% ed è in crescita da anni, sono riusciti invece a slegarsi da questa immagine».

Anche se secondo Coldiretti Emilia-Romagna solo durante le feste verranno consumate in

regione 850 tonnellate tra cotechini e zamponi, con un'ampia preferenza per i primi. Oltre alla carne anche i vini, in particolare quelli tipici della tradizione, dal Lambrusco al **Sangiovese**, stanno vendendo di più o senza particolari picchi, ma c'è anche chi parla di un + 10-12% di bottiglie comprate quest'anno. Come racconta Giordano Zinzani, presidente del Consorzio vini di Romagna che chiuderà il 2015 con 17 milioni di prodotto venduto contro i circa

14 del 2014: «Il periodo è positivo e nel mese di dicembre venderemo quasi 2 milioni di bottiglie, il 5-10% in più rispetto a dodici mesi fa». Qualche litro in più ci sarà anche per il **Lambrusco Igp** e **Dop** che con le sue 170 milioni di bottiglie comprate durante l'anno scorso, continua ad essere il vino più esportato all'estero, che è anche dove si registra tutt'ora un aumento della domanda del 2,8%. Sulle tavole natalizie non mancherà neanche il **Pignoletto** che in questo periodo sta registrando un aumento delle vendite del 4% rispetto al 2014, nonostante il calo della produzione del 2015, che si aggira attorno al 15%. Ad essere onnipresente nei classici pacchi che si regalano a Natale c'è il **Parmigiano reggiano** che, secondo il Consorzio, se nel 2014 sotto le feste ha aumentato le vendite del 7% e in tutti i dodici mesi ha venduto più di 3 milioni di forme, quest'anno ci sarà un ulteriore +5%. Non mancherà nemmeno l'**aceto balsamico di Modena Igp**, la cui produzione annua si attesta su circa 95 milioni di litri (il 92% comprato solo all'estero), e che, come sottolinea Federico Desimoni, direttore del Consorzio di riferimento, questo dicembre farà meglio di dodici mesi fa. È stazionario invece l'**aceto balsamico tradizionale** di Reggio Emilia che nel 2014 ha venduto 15 mila bocchette (a Natale si parla di 5.000-7.000), un terzo in meno però rispetto al 2007/2008, e che a fine 2015 non supererà questi numeri.

Francesca Candioli
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Show Room Ceramiche Oltre L'Arredo



Ceramica Finto Legno prezzi da partire da € 15,00 al mq



Piatti doccia in resina a partire da € 350 cad.uno



Mosaico per bagni in Alluminio e Ceramica a partire da € 20 al mq

Detrazione del 50%

Vuoi rinnovare la tua casa con Ceramica di Pregio di Ottima

Fattura e Mosaici Artigianali, Piatti doccia in Resina Box

Doccia in Cristallo. Abbiamo in esposizione tutto quello che ti serve per la tua casa

Vieni a Trovarci presso il nostro ShowRoom a Cavezzo (MO)

Vieni a trovarci presso il nostro Show Room in Via Volturmo 19 - Cavezzo - Modena

Tel. 331-6014362 Cristian

FOOD VALLEY

Il Panettone scopre il chilometro zero

Boom di richieste per quello artigianale

I pasticceri hanno aumentato la produzione e prediligono ingredienti di alta qualità

Non c'è crisi per i dolci artigianali legati al Natale. «Nell'ultimo anno, tra panettoni, pandoro, cioccolato e squisitezze made in Italy, sono volati nel mondo prodotti per un valore di 309,1 milioni di euro, con un aumento del 10,2% rispetto all'anno precedente» fanno sapere da Confartigianato. Gli Usa hanno addirittura comprato il 45,5% di dolciumi in più rispetto al 2014; la Germania il 32,1%. «Ed è proprio l'Emilia-Romagna la regione italiana con la più alta vocazione all'export alimentare con esportazioni del settore pari al 3,61% del valore aggiunto».

L'exploit si ripete anche sul mercato interno, dove la richiesta del panettone rigorosamente artigianale supera spesso l'offerta tant'è che lungo la via Emilia i maestri pasticceri lamentano di non riuscire neanche a soddisfare la domanda. Ebbene sì, perché la lavorazione chiede tempo (suppergiù tre giorni) e questa bontà va creata ad arte (un po' come il tortellino). A uscire allo scoperto con i primi dati regionali è **Francesco Mafaro**, bolognese, pluripremiato, rappresentante dell'Associazione Panificatori di Ascom-Confcommercio e membro del Richemont Club Italia che raggruppa il gotha dell'arte dolciaria: «Ne stiamo producendo in media il 10-15% in più rispetto al 2014». Lui, entro l'anno, sfiorerà i 3.000 pezzi uguale a venti quintali. «Morbido, equilibrato nei profumi e lievitato esclusivamente con la pasta madre» così deve essere quello perfetto. Il segreto? «Si informa con il taglio a croce e una noce di burro poi si toglie quando la temperatura al cuore, controllata con il termometro a sonda, raggiunge i 96 gradi».

Tra i panettoni d'autore dell'Emilia-Romagna, c'è il Classico firmato dal «miglior pasticciere del mondo» **Gino Fabbri** (incoronato a Lione lo scorso gennaio). «Costa otto-

L'export dei dolci da ricorrenza

Torte, pane con uva passa, panettoni, panettone di Natale, cornetti e dolci di panetteria, pasticceria o biscotteria*						
Paesi	Gen-Ago 2015	%	Var. ass.	Var. %		Rank
 Francia	75,1	24,3	-2,1	-2,7		8
 Germania	53,8	17,4	13,1		32,1	2
 Regno Unito	34,3	11,1	2,7		8,6	5
 Austria	17,2	5,6	3,1		22,2	3
 Stati Uniti d'America	14,7	4,8	4,6		45,5	1
 Russia	10,6	3,4	-5,3	-33,4		10
 Spagna	9,9	3,2	1,3		15,6	4
 Svizzera	8,9	2,9	0,1		1,5	7
 Polonia	6,8	2,2	0,4		5,7	6
 Belgio	5,9	1,9	-0,4	-6,7		9
Primi 10 mercati	237,2	76,8	17,5		7,9	
Resto del Mondo	71,8	23,2	11,1		18,4	
 MONDO	309,1	100,0	28,6		10,2	

* esclusi pane croccante detto "Knackebrot", pane con spezie, biscotti, cialde, cialdine e fette biscottate

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Istat

centimetri

dieci volte in più del prodotto industriale, quindi l'artigiano deve fornire alta qualità e quel tocco di maestria che fa la differenza». Ossia: ricerca della materia prima del territorio, a partire dalle uova («fresche e senza alterazioni»); la farina («non carica di glutine altrimenti ne va del gusto») e lo zucchero 100% italiano («proviene dallo stabilimento vicino»). Inoltre «è importante dosare bene la bacca di vaniglia e le scorze di arancia e limone, perché il sapore dell'uovo non si deve sentire». Quest'anno ne fa 4.500 (di cui 300 destinati al Giappone e la restante parte, invece, viene venduta tutta in negozio). «Tuttavia, oltre questi numeri — confida di spiaciuto — non posso proprio andare... ».

«Aperò» (cioè, albicocche

+ pere) è, invece, la novità 2015 di **Roberto Rinaldini**, chef riminese protagonista del piccolo schermo. «Un impasto alla vaniglia e agrumi, farcito con albicocche di Romagna e pere kaiser candite». La storia nasce quindici anni fa, con il primo pezzetto di lievito madre da 250 grammi donatogli dal «maestro dei maestri» Iginio Massari: «È come una parte di lui — dice — che sempre ci legherà». Il lievito naturale, infatti, si tramanda di pasticciare in pasticceria. «Va curato come un bambino», precisa Rinaldini che trova persino il tempo di andare nelle scuole ad insegnare ai piccoli cosa si nasconde dietro la preparazione del dolce più mangiato sotto l'albero. «Il mio? È naturale, fresco e altamente digeribile». In due anni ha raddop-

piato la produzione e si appresta a chiudere l'anno superando quota 5.000 con vendite anche on line, in Italia e all'estero. Mentre la particolarità del panettone al sale di Cervia by **Flamigni** sta nella glassatura: «demi salé» appunto; da 2.500 a 3.000 pezzi, il passo è stato breve negli ultimi dodici mesi. «Si mangia una volta all'anno ma deve essere buono», ribatte Massimo alla guida dell'azienda dolciaria forlivese, nata nel lontano 1930.

Infine, tiratura limitata (qualche centinaia) ma qualità garantita per «Èvviva, il panettone» di Andrea Muccioli. Il segreto? Ingredienti ricercati e la sapiente mano del pastry chef Franco Aliberti. «Il gusto persistente è sostenuto dalla freschezza, nonostante la ricchezza di profumi che si sprigionano dal burro aromatizzato». Nella versione al cioccolato puro fondente (al 70%, quello pregiato di Michel Cluizel), «il sapore è molto deciso con un piacevole retrogusto acidulo».

B. B.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Parmigiano

La ricerca



Quasi il 70% dei consumatori Usa pensa al «Parmesan» come prodotto italiano

Lotto al «Parmesan» made in Usa. Sarebbero circa 100.000 le tonnellate di «falso» Parmigiano reggiano vendute negli Stati Uniti in confezioni che richiamano l'Italia e che gli americani acquistano pensando di avere tra le mani una delle nostre eccellenze. Una situazione denunciata più volte dallo stesso Consorzio del Parmigiano reggiano, e corroborata ora anche da una ricerca di Aicod, già sul tavolo dei negoziati del trattato di liberalizzazione commerciale transatlantico (Ttip). I dati non lasciano dubbi: per il 90% dei consumatori d'Oltreoceano il «Parmesan» è un formaggio del Belpaese. «Abbiamo mostrato agli intervistati americani due confezioni made in Usa — ha spiegato il direttore del Consorzio Riccardo Deserti — di cui una senza richiami all'Italia e l'altra con immagini esplicite. Nel primo caso il 38% dei consumatori ha indicato il prodotto come formaggio italiano, mentre nel secondo caso il 67% è convinto di trovarsi di fronte ad un nostro prodotto». La ricerca, sostenuta dal Consorzio, è stata presentata sia a Roma che a Bruxelles, e all'onorevole Paolo De Castro, relatore per il Ttip. «Va sottolineata l'importanza di quest'indagine — ha detto De Castro — perché offre una pista per un possibile accordo: chiediamo un'alleanza con i consumatori americani perché vogliamo che il patto offra informazioni corrette sui prodotti. Altrimenti sul tema delle indicazioni geografiche non si andrà avanti».

Francesca Candioli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'agenda

● 21 dicembre Alla Camera di commercio di Modena presentazione alle 15 del progetto «Creazione e startup di nuove imprese» in via Ganaceto 134

● 11 gennaio All'Università di Ferrara si parlerà della legge di stabilità 2016 insieme alla Fondazione e all'Ordine dei dottori commercialisti. Dalle 9 alle 13 nell'aula magna del Dipartimento di giurisprudenza, corso Ercole I D'Este 37.

● 18 gennaio Alla Camera di commercio di Bologna si presenta alle 14.30 il progetto «Apri la tua startup» in piazza della Mercanzia 4

● 21 gennaio Alla Camera di commercio di Forlì il seminario «Export now!» con Giuseppe Ravizza Garibaldi, esperto di internazionalizzazione della Faculty dell'Ice-Agenzia. Dalle 9 alle 17 in corso della Repubblica 5.

● 27 gennaio A Bologna Unindustria organizza dalle 9.30 alle 12 il seminario «Il metodo della Systematic Innovation: come innovare i propri prodotti e processi in modo corretto» in via S.Domenico 4

Stagione per stagione

di **Barbara Bertuzzi**

È rustico e cresce anche in terreni difficili

Così è tornato di moda anche il porro

Consumi in aumento e ricette che impazzano (i prezzi nella Gdo, Grande distribuzione variano da 2 a 6,6 euro al chilo; fonte Cso). «È tornata la moda — riconosce soddisfatto l'agricoltore Sergio Bianchi da Torre Pedrera, Rimini — Come qualche decennio fa quando, qui, erano tutti porri». Lui, da un paio d'anni si cimenta nell'ortaggio oggi rivalutato: è partito con due ettari che sono diventati cinque e nel 2016 saranno dieci. Unico neo: «È una coltura lunga che richiede tempo, circa novanta-cento giorni. Però, mantiene a lungo la maturazione sulla pianta quindi se si tarda nella raccolta, non succede nulla. Poi con la tecnica del rincalzo progressivo fino a tener coperto il porro, si recuperano due-tre centimetri di bianco».

«Le superfici coltivate sono in crescita — conferma Mara dei Vivai Garattoni di San Mauro Pascoli (Cesena) — La varietà Belton,

autunno-invernale, è quella che si adatta meglio al nostro all'areale: resiste bene alle basse temperature e vanta due terzi di parte bianca, il che la rende commercialmente appetibile». «Raccolgo porri che pesano anche 800-900 grammi — racconta Bianchi che l'ha scelta — Ho iniziato a metà ottobre e vado avanti, spero, fino ad aprile».

Pierluigi Billi a San Pietro in Casale (Bologna) si dedica alla coltura biologica. «È una pianta rustica e rende bene anche su terreni come questi, che non sono «leggeri e sciolti»». Tra le attenzioni, non fa mancare una buona concimazione organica prima del trapianto, che non effettua nei solchi bensì su terreno pianeggiante rincalzando poi in un secondo tempo, seguita da innaffiature regolari ma non eccessive. «Il prodotto invernale è più bello e corposo, se paragonato a quello estivo». Prezzi in azienda sui 2 euro al chilo.



L'ortaggio

Il porro (*Allium ampeloprasum* L.) è una pianta erbacea monocotiledone tradizionalmente classificata nella famiglia delle Liliaceae. La parte edule è rappresentata dalla parte basale delle foglie (la parte bianca), mentre viene comunemente scartata la parte apicale verde delle stesse.

Bisognerà invece attendere il 2016 per vedere all'opera in Emilia-Romagna la nuova varietà Navajo (Enza Zaden). «È un ibrido invernale che ha già dato ottimi risultati in Veneto, dall'alta produttività e dall'ottima combinazione tra produzione e facilità di lavorazione; molto interessante — spiega Larry Bottolo, tecnico commerciale e crop specialist del porro — sia per il mercato fresco che per l'industria».

Si distingue per «l'uniformità (che ne facilita la raccolta e la vendita); la resistenza al freddo; l'alto peso specifico ma soprattutto la consistenza (ossia non ci sono parti vuote all'interno) e la forma cilindrica (cioè, priva di bulbo)». «L'aspetto esterno è attraente grazie al contrasto tra il fogliame verde scuro e la parte bianca (quindi sullo scaffale il prodotto appare perfetto)».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

“MI FIDO E A TE MI AFFIDO”

Fiducia, affidabilità...

Queste due semplici parole sembrano aver perso il loro significato più autentico. Se ne è tanto abusato nell'uso comune, al punto che non paiono suonare con l'importanza e il valore originari.

Ma noi siamo una banca. **Per noi** - amministratori, dirigenti, dipendenti - **affidabilità e fiducia sono due costanti da confermare e accrescere in ogni relazione**, a partire dai nostri Clienti, risparmiatori, famiglie, imprese, investitori.

Per questo **non accettiamo le generalizzazioni sommarie**. La crisi di questi giorni, i drammi, le preoccupazioni di numerosi risparmiatori, hanno fatto nascere facili equazioni e proposto luoghi comuni.

Le cronache di questi anni ci hanno parlato di crisi bancarie riguardanti banche di grandi, piccole o medie dimensioni, tutte conseguenza di mala gestione o di assunzione di rischi speculativi finanziari inadeguati.

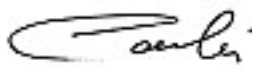
La nostra Banca è nata e cresciuta in questo territorio e qui con entusiasmo lavora quotidianamente.

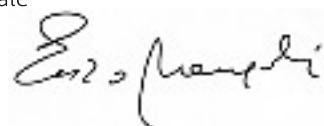
Noi non abbiamo mai emesso obbligazioni subordinate, in quanto il nostro patrimonio è tutto di primaria qualità ed esprime indici significativamente superiori ai limiti regolamentari richiesti dalla vigilanza europea.

Non abbiamo mai partecipato ad alcun collocamento di obbligazioni subordinate emesse da altre banche.

Abbiamo sempre collocato prodotti finanziari coerenti con le caratteristiche di ognuno dei nostri Clienti, nel pieno rispetto delle regole.

Siamo qui, aperti sempre per accogliere persone, imprese, operatori che vogliano capire quali siano le opportunità più in linea con le loro esigenze e aspettative, per seguirne con cura le scelte, la gestione e l'evoluzione, applicando **con rigore** le regole della **trasparenza** e dell'**etica professionale** che sono basilari per dimostrare affidabilità e meritare la fiducia di chi a noi si rivolge.

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione
Banca di Bologna
 **Marco Vacchi**

Il Direttore Generale
Banca di Bologna
 **Enzo Mengoli**

A voi tutti, i migliori auguri di Buon Natale e di un lieto 2016.

Direzione Generale

Piazza Galvani, 4
40124 - Bologna
T 051 6571111

www.bancadibologna.it

 **Banca di Bologna**





OPINIONI & COMMENTI

L'analisi

Una cultura d'impresa anche al liceo

SEGUE DALLA PRIMA

L'insegnamento è focalizzato sulle mappe della conoscenza affinché l'allievo sia messo nelle condizioni di poter dire «io so». L'apprendimento, invece, prepara la mente alla comprensione dell'ignoranza come qualcosa di regolare anziché di deviante. Chi impara a esplorare l'ignoranza prova piacere a non trovare ciò che cercava e non ha paura di misurarsi con l'incertezza che nasce dal «non sapere di non sapere». È così che fatti catalogati come immutabili vengono sfidati e smentiti. Per dirla con le parole di uno scienziato della Columbia University, Stuart Firestein, gli allievi dei due licei apprendono come «trovare un gatto nero in una stanza buia», e non è detto che il gatto ci sia. Poiché non tutto è già scritto, quindi non sapendo come andrà a finire l'esercizio intrapreso, gli studenti saranno più liberi di compiere delle scelte e di prendere decisioni.

È questo il Rinascimento del ventunesimo secolo: una nuova forma d'arte in cui lo spirito di avventura, d'immaginazione e di autonomia rende accessibile il percorso imprenditoriale a persone con passioni artistiche, scientifiche e umanistiche. La forma d'arte è la rete in cui s'intrecciano le relazioni creative tra i partecipanti. Oggi, la digitalizzazione è il mezzo tecnologico che facilita e amplia la formazione di reti in cui l'apprendimento reciproco attraverso esperimenti che sfociano in opportunità di business si svolge più velocemente di prima. La locomotiva dell'innovazione potrà allora correre a Bologna sui due binari delle nuove imprese fondate per aggiungere valore alle competenze maturate e delle startup ad alto potenziale di crescita che s'inoltrano negli inediti campi imprenditoriali aperti dall'intreccio tra avanzamenti tecnologici e scoperte scientifiche.

Piero Formica
piero.formica@gmail.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le lettere

vanno inviate a:

Corriere di Bologna
Via Baruzzi 1/2,
40138 Bologna
e-mail: lettere@corrieredibologna.it
Fax: 051.3951289
oppure a:
andrea.rinaldi@rcs.it
mdegliesp@gmail.com



Il controcanto di Massimo Degli Esposti

CARIFE, L'EMILIA-ROMAGNA RISCHIA UNA CRISI SISTEMICA?



«Non finirà qui» ha detto il presidente della Fondazione Carife Riccardo Maiarelli preannunciando azioni legali contro il decreto salvabanche che ha annientato il patrimonio della Fondazione e di 28 mila soci della Cassa di Ferrara, oltre ai risparmi di un migliaio di obbligazionisti subordinati. L'ha detto martedì scorso in una conferenza stampa ignorata dalla stampa e dalle tv nazionali, che pure dedicano paginate ogni giorno alla vicenda delle altre banche coinvolte nel crac. Eppure il caso Carife meriterebbe un'attenzione partico-

lare. E forse andrebbe esaminato a parte, differenziandosi dagli altri tre per aspetti sostanziali. Come ha sottolineato Maiarelli, infatti, le perdite non avevano ancora eroso l'intero capitale (restavano ai soci 11 milioni) e la ricapitalizzazione da 300 milioni già deliberata dal Fondo tutela depositi e approvata dall'assemblea dei soci del 30 luglio, oltre ad essere conclusa, avrebbe avuto qualche possibilità di successo.

Tanto più alla luce della rivelazione di Maiarelli, secondo cui già c'era un fondo inglese

interessato ad affiancare il Fidt con circa la metà del fabbisogno. Difficile, a questo punto, sostenere la tesi che si sarebbe trattato di un salvataggio di Stato, come avrebbe detto l'Europa bloccando l'intervento. Per di più, nel solo caso Carife, un intervento già formalizzato, eppure affossato in via informale, a colpi di voci di corridoio. Nessuno può dire se il «non finirà qui» di Maiarelli produrrà qualche risultato. Per il sistema bancario emiliano romagnolo, però, quella frase può suonare anche come un lugubre presagio. Federico Fubini ha scritto su queste pagine che anche Cassa di Cesena e Carim di Rimini sono state richiamate da Bankitalia perché non rispettano alcuni dei requisiti di solidità patrimoniale; insomma soffrono di un deficit di capitale che va colmato entro primavera.

Poi ci sono le Bcc, tante, minuscole e in molti casi già fragili, soprattutto fra Romagna e Marche. Dopo le ultime vicende, non sarà facile trovare investitori disposti a metter soldi in un'azienda bancaria. Per mezza regione, da Ferrara alla Riviera, si profila quindi lo spettro di una crisi sistemica. Se ne accorge qualcuno? Qualcuna, tre le altre banche del territorio, pensa a come metterci una pezza?

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Piazza Affari

di Angelo Drusiani

Scm, voglia di Borsa con i minibond



«Un nome da imparare a memoria». È la parte finale di uno spot pubblicitario di qualche tempo fa. Da imprimere nella mente, viceversa, è un nome importantissimo che fabbrica soprattutto macchinari per legno e, in misura minore, per plastica, vetro, marmo e metalli. La Scm group di Rimini vuole contendere a un'azienda concorrente tedesca il primato mondiale nel settore. E per farlo ha emesso pochi mesi fa un minibond con durata settennale per un valore nominale di 10 milioni di euro, che può aumentare fino a 30 milioni di euro. L'emissione è garantita dalla Sace e sottoscritta da un Fondo di private debt Sviluppo Export. Perché ricordare questo nome? Perché la società romagnola sceglierà gradualmente la strada per la quotazione in Borsa. La raccolta ottenuta con l'emissione del prestito obbligazionario recentemente collocato ha l'obiettivo di espandere ulteriormente oltre confine l'attività del gruppo, dove già è presente con 21 filiali, sostenuto pure da circa 350 distributori. Gruppo il cui fatturato supererà i 500 milioni

ALBERTINI SYZ BANCA PRIVATA

di euro quest'anno. I mercati ai quali guarda il management dell'azienda, in prospettiva, sono in particolare a oriente. Ma in realtà la clientela occidentale è foriera di grandi soddisfazioni. Non a caso, il gruppo è intenzionato a crescere anche attraverso acquisizioni di aziende che svolgono attività simile e che Scm ritiene possano integrarne il business. L'Amministratore Delegato della società è convinto che la crescita del fatturato possa attestarsi al 10% all'anno nei prossimi anni. Già il 2015, grazie all'incremento del fatturato per l'anno in corso, chiuderà positivamente. E l'entusiasmo, che caratterizza la direzione dell'azienda, è fin d'ora un buon viatico per chi, in un futuro che presumibilmente potrebbe essere non molto lontano, sceglierà Scm come cavallo di battaglia per il comparto azionario del proprio portafoglio titoli. Il ricorso al prestito obbligazionario già ricordato è probabilmente l'approccio iniziale al mercato borsistico italiano, anche se l'entrata a Piazza Affari, se e quando avrà luogo, rappresenterà un salto qualitativo di grande caratura.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fatti e scenari

L'oscar dell'innovazione

L'auto di VisLab vince StartupItalia! Ma vuole rimanere in Italia

VisLab, la startup dell'Università di Parma fondata da Alberto Broggi e recentemente acquisita dalla società americana Ambarella, ha sbaragliato 5.000 concorrenti nel corso dell'evento StartupItalia!, la cui finale si è svolta oggi, lunedì 14 dicembre, a Milano. VisLab è nota in tutto il mondo per il progetto dell'automobile senza guidatore e ha annunciato che rimarrà a produrre in Italia. Ma è andata bene anche alle altre startup emiliano-romagnole. Nella top ten delle finaliste infatti erano finite pure Hellofood, nuovo nome con cui si fregia la Pizzabo di Cristian Sarcuni, acquisita dal colosso tedesco dell'e-commerce Rocket Internet; e DoveConviene di Alessandro Palmieri e Stefano Portu, edicola digitale di volantini e offerte dall'alimentare all'elettronica, dall'arredamento al bricolage. Il terreno è fertile in Emilia-Romagna e chi semina bene non può che raccogliere.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Vittoria Alberto Broggi di VisLab premiato da Riccardo Luna

Investimenti e finanza

Aster offre alle imprese due servizi gratuiti di consulenza

Aster, il consorzio regionale per l'innovazione e la ricerca industriale, offre a imprese, startup innovative e ricercatori dell'Emilia-Romagna due servizi gratuiti di informazione, orientamento e supporto. Con «Pronti per l'investitore!» Aster fornisce alle imprese della regione informazioni e orientamento per finanziare l'innovazione in impresa, una prima analisi e valutazione su quanto l'idea di business sia appetibile per potenziali investitori, indicazioni e consigli per comunicare meglio con il mondo della finanza. Attraverso l'«Helpdesk Proprietà intellettuale» Aster fornisce accompagnamento alle imprese e ai ricercatori per tutelare e commercializzare invenzioni, know-how, innovazioni, gestire conoscenze e risultati nei progetti europei, redigere accordi e contratti per creare partnership, sviluppare ricerca, trasferire conoscenze e tecnologie. Per accedere ai servizi è necessario richiedere l'incontro compilando il form on line disponibile sul portale di Aster. www.aster.it.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervento

Parte dalla laurea a Giovanni Ferrero il «Food project» dell'Università di Parma

SEGUE DALLA PRIMA

Cito soltanto il «Network Università di Parma — Impresa», azione mirata a sviluppare un programma di partnership con le aziende e le associazioni che fanno riferimento al mondo produttivo, per promuovere percorsi di eccellenza tra gli studenti nell'ambito di corsi selezionati dal tessuto industriale: proprio pochi giorni fa abbiamo consegnato 52 premi di studio cofinanziati da imprese e associazioni del territorio, contributo significativo per giovani che nella maggior parte dei casi sono all'inizio del loro percorso universitario.

La laurea honoris causa a Giovanni Ferrero è parte integrante di questo quadro. E lo è ancora di più per la natura stessa del Gruppo Ferrero, colosso mondiale dell'alimentare: un settore che ha un peso fondamentale per un Ateneo al centro

della Food Valley com'è quello di Parma. In un territorio fortemente vocato in questo senso, con una lunga tradizione alle spalle, l'agroalimentare è e resta uno degli asset strategici anche per l'Università.

E non è un caso che questa laurea in Scienze e tecnologie alimentari sia stata conferita in chiusura del semestre Expo, che è stato non solo una grande vetrina per il nostro Paese ma anche una straordinaria opportunità di riflessione su alimentazione e sostenibilità: sul diritto al cibo e sul pianeta del futuro. Come il Gruppo Ferrero, anche l'Università di Parma, radicata nel cuore del proprio territorio, ha lavorato con intensità su questi temi nell'ambito delle tante iniziative racchiuse nel progetto «Unipr&Expo 2015», sviluppato nell'arco dei sei mesi a Parma e a Milano. Essere nel centro della Food Valley ha significato esplorare l'agroali-

mentare in tutte le sue sfaccettature: industriali, produttive, normative, di tutela della salute, delle tradizioni e della sostenibilità urbanistica, ambientale ed energetica.

Partiti da qui, proseguiremo su questa strada con un vero e proprio «Food project» dell'Ateneo di Parma, capace di collegare in modo logico e organico, in un circuito virtuoso ancora una volta aperto ai contributi di realtà diverse, gli elementi distintivi della nostra realtà territoriale: dall'agroalimentare alla cultura, dalla formazione alla ricerca e all'innovazione. È un progetto cui stiamo già lavorando intensamente e in cui crediamo molto: un altro tassello di un'Università rinnovata, vitale, al passo con i tempi. Uno dei primi tasselli è già pronto: è il nuovo corso di laurea triennale in «Food System: Management, Sustainability and Technologies», che sarà attivato dall'anno accademico 2016-2017.

Loris Borghi

Rettore
Università di Parma

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CORRIERE IMPRESE

A cura della redazione del Corriere di Bologna

Direttore responsabile:
Enrico Franco

Caporedattore centrale:
Simone Sabatini

Editoriale Corriere di Bologna s.r.l.
Presidente:
Alessandro Bompieri
Amministratore Delegato:
Massimo Monzio Compagnoni

Sede legale:
Via Cincinnato Baruzzi, 1/2
40138 Bologna

Testata in corso di registrazione presso il Tribunale
Responsabile del trattamento dei dati (D.Lgs. 196/2003):
Enrico Franco

© Copyright Editoriale Corriere di Bologna s.r.l.
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna

parte di questo quotidiano può essere riprodotta con mezzi grafici, meccanici, elettronici o digitali. Ogni violazione sarà perseguita a norma di legge.

Stampa:
RCS Produzioni Milano S.p.A.
Via R. Luxemburg - 20060 Pesano
con Borno - Tel. 02.6282.8238

Diffusione: m-dis Spa
Via Cazzaniga, 19 - 20132 Milano
Tel. 02.25821

Pubblicità: Rcs MediaGroup S.p.A.
Dir. Communication Solutions
Via Rizzoli, 8 - 20132 Milano
Tel. 02.2584.1
www.rcscommunicationsolutions.it

Pubblicità locale: Speed Società
Pubblicità Editoriale e Digitale S.p.A.
Via E. Mattei, 106 - 40138 Bologna
Tel. 051.6033848

Poste Italiane S.p.A. - Sped. in
Abbonamento Postale - D.L.
353/2003 conv. L. 46/2004, Art.1,
c.1, DCB Milano

Supplemento gratuito al numero odierno del
CORRIERE DELLA SERA
Direttore responsabile
Luciano Fontana



www.studiobusani.it • info@studiobusani.it



Ti sei mai chiesto qual è lo stato di salute della tua Impresa?

Conosci i tuoi costi fissi e quelli variabili?
Il tuo punto di pareggio? E i tuoi margini?

Sei sicuro che non stai rinunciando
ad una parte dei profitti?

L'analisi del bilancio è una fotografia del passato.
E' oggi, nel presente, che devi avere una chiara visione del tuo futuro aziendale.

Come?

Con Studio Busani, che ti darà gli strumenti giusti per avere risposte certe alle tue domande

Chiamaci allo 0522/28.65.15.
Studio Busani, a Reggio Emilia e Correggio